



Facultade de Socioloxía
UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Título: El pueblo de los espejos: consumo, cuerpo y sociedad.

Autor/a: Santiago Caneda Lowry

Director/a: Enrique Couceiro Domínguez

Titulación: Grao en Socioloxía

Curso: 2011/2012

GRAO EN SOCIOLOXÍA

TRABALLO DE FIN DE GRAO

CURSO ACADÉMICO: 4º DE GRAO

CONVOCATORIA: XUÑO

EL PUEBLO DE LOS ESPEJOS: CONSUMO, CUERPO Y SOCIEDAD.

ALUMNO: SANTIAGO CANEDA LOWRY

TUTOR: DR. ENRIQUE COUCEIRO DOMÍNGUEZ

RESUMEN:

En este trabajo se examina la constitución de la corporalidad y la personalidad, y la influencia de la sociedad de consumo como una interferencia en dicho proceso. Para ello se recurre a un enfoque antropológico cultural, fenomenológico y constructivista, desde autores tales como Baudrillard, Foucault, Goffman y Butler, entre otros; esencialmente aquellos en los que el cuerpo ocupa un lugar significativo dentro de su obra. Asimismo, se plantean las líneas básicas que permiten desarrollar lo que comprende la sociología del cuerpo y sus ventajas de cara a su aplicación en el análisis de la sociedad de consumo.

Índice

Introducción	3
1-¿Qué es la sociología del cuerpo?	8
2-La lente	26
2.1-Las marcas de la socialización: la relación entre la sociedad y los cuerpos	26
2.2- Publicidad y biopolítica.....	34
2.3- ¿Qué sociedad consumimos?	51
3-El espejo	57
3.1- La aprehensión del cuerpo, ¿cómo llegamos a tener un cuerpo?	57
3.2- Técnicas corporales y prácticas de consumo: los rituales de la belleza y la higiene.	65
3.3- ¿Cuántos cuerpos tenemos?	71
3.4- La lente y el espejo atravesados por el consumo	73
4- Conclusión: ¿qué es un cuerpo?	79
Bibliografía	84
Créditos de las ilustraciones	88

–Si lo piensas bien, mi rey, entre los seres corpóreos también existen seres incorpóreos.

–¿De qué tipo? –preguntó el rey.

–Los cuerpos que aparecen en el espejo te parecen incorpóreos, ¿o no?

–Si Tat, me lo parecen, tu intelecto es divino –dijo el rey.

–Pero existen también otros seres incorpóreos; ¿no te parece, por ejemplo, que hay formas que aparecen en el cuerpo aún cuando sean incorpóreas, y no sólo en los cuerpos de los seres animados, sino también en los de los seres inanimados?

–Dices muy bien, Tat.

–Por lo tanto, existen reflejos de los seres incorpóreos en los incorpóreos, es decir, que el cosmos sensible se refleja en inteligible, y el inteligible en el sensible. Así pues, rey, debes adorar a las estatuas, pues también ellas poseen formas del cosmos inteligible.

Entonces el rey, alzándose, dijo: –Es hora de que vaya a atender a mis huéspedes, profeta. Mañana seguiremos teologizando al respecto.

Corpus Hermeticum, Tratado XVII

Introducción

¿Qué implica tener un cuerpo? Este estudio parte de esta pregunta para intentar exponer y comprender lo que significa nuestra corporalidad. Por ello la primera pregunta es por el cuerpo pero, al partir de este cuestionamiento, como se verá a lo largo de las páginas que siguen, estamos preguntando también por la cultura, por la historia, por lo que somos. El objetivo será guiarnos hasta ese punto que no es completamente individuo ni completamente estructura: partir del cuerpo es partir desde un *habitus* (Bourdieu, 2007) en el momento en que está *encarnado*, pero que está, también y constantemente, reenunciándose. No nos preguntaremos “¿qué surgió primero?”, pues difícilmente podamos llegar a dar una respuesta, sino cómo ambos, cuerpo y sociedad, se modifican y reproducen mutuamente: el cuerpo influye en la forma de la sociedad, y la sociedad determina la forma de percibir y encarnar nuestro cuerpo (Douglas, 1991). Y, dado que vivimos en una sociedad de consumo, aquí nos preguntaremos por la influencia del consumismo como práctica en la construcción subjetiva e intersubjetiva de la corporalidad. Nuestra hipótesis será que este consumismo interfiere en la consecución de una corporalidad auténtica y saludable, provocando trastornos que van desde lo fisiológico a lo mental.

La tradición teórica de la sociología no guarda un tratamiento manifiesto acerca de la corporalidad (Turner, 1994; Le Breton, 2011). Es decir, el individuo objeto de la sociología acostumbra a ser representado y analizado como una conciencia sin cuerpo. Así, podemos ser más racionales o pasionales, pero el cuerpo sigue sin estar presente. Por tanto, ¿cómo es la presencia del cuerpo en la teoría? Es una presencia sensible. Los cuerpos pesan (más en unos sitios que otros); los cuerpos huelen (de distintas formas según el lugar, el momento, la edad, etc.); los cuerpos se tocan o no entre sí; los cuerpos ven y son vistos (portan unas determinadas marcas, colores, etc.); los cuerpos deben abrigarse, comer. Por decirlo en estos mismos términos: los hechos sociales no huelen a nada¹, o en el mejor de los casos huelen principalmente a biblioteca y a despacho (lo cual no deja, debe decirse, de ser un olor “humano”, incluso ese “olor” habla de la sociología de la ciencia).

Lo básico entonces para desarrollar una sociología del cuerpo es, en primer lugar, romper un prejuicio: las conciencias están incorporadas, luego el cuerpo, el envase, también nos interesa. Goffman (1987; 1993) y los interaccionistas simbólicos (Mead, 1999),

¹ Simmel (1986) sostenía que “la cuestión social no es sólo una cuestión moral, sino también una cuestión *nasal*”.

supieron dar cuenta de esto. Sin embargo, podemos decir que se quedaron en la “etiqueta”, no llegaron a profundizar en el contenido, en la carne. Si pudiésemos ver sólo los cuerpos, nos encontraríamos con que, detrás de la etiqueta tenemos *algo* más, que habla de nosotros como individuos y como sociedad: tenemos un sexo; un color de piel que se distribuye de distintas maneras según el lugar; una distribución más o menos normal de formas corporales; tenemos una edad, etc. Hay que ver pues que los problemas de la sociedad pasan por los cuerpos.

Al estudiar esos cuerpos en relación intersubjetiva van surgiendo más cuestiones: tenemos un género; una sexualidad; nos reproducimos; nos enfermamos y tratamos de curarnos, y por tanto tenemos una salud que intentamos cuidar; algunos de nosotros nos movemos menos cómodamente dentro del mundo hecho para los cuerpos de la media, etc. Bien podría entenderse la sociedad reificada como una gran respuesta a los cuerpos, y al mismo tiempo ver en los cuerpos las técnicas de la sociedad para poder mantenerse. Por lo que una sociología del cuerpo es, siempre, necesariamente una sociología de la socialización. Esa socialización nos marca, pero no sólo de una forma visible, sino, y principalmente, de una forma invisible o, mejor expresado, de una forma que la idea de naturalidad vuelve invisible. Eso, esas marcas invisibles, fue lo que Mauss conceptualizó como *técnicas corporales* (1991).

Esto lo vemos más claramente con un ejemplo: pensemos en la forma que tenemos, nosotros los europeos, de sentarnos, ¿es ésta la única forma y, por tanto, la mejor, de sentarse? Quizás no nos cueste admitir que no es la única forma, como europeos hemos visto varios documentales o películas en los que hemos visto a familias japonesas, a los indios, etc. Incluso pensamos, “¿cómo pueden sentarse así, no les resulta incómodo?”. No admitimos que su forma sea tan válida como la nuestra, en el mejor de los casos, es distinta, pero la nuestra es la mejor; es la forma que incluso los médicos certifican. Sin embargo, ¿cómo es posible que, siendo una misma especie, y existiendo para ambas culturas la idea de “sentarse”; lo hagamos tan distinto?, ¿hasta dónde puede llegar entonces lo cultural? Mauss explicaba que las técnicas corporales siempre son, para cada sociedad, la mejor forma de llevar a cabo un determinado acto o postura; las cuales son fruto de una “depuración” histórica que la tradición mantiene y mejora (1991).

Sentarse sólo es un ejemplo que, aparentemente, no guarda importancia alguna. No obstante, por continuar con este ejemplo, en el Japón pre-industrial, y en buena medida

hasta la actualidad, las mujeres no se sentaban ni dormían igual que los varones, puesto que debían *verse* “femeninas” hasta en esos aspectos (Benedict, 2008). Es decir, en algo tan nimio para nuestra vida cotidiana está reproducida una estructura social, en el caso de Japón, patriarcal. La cultura está mucho más *encarnada* de lo que podemos llegar a comprender. Pero lo que nos interesa, como sociólogos del cuerpo, es encontrar estas nimiedades que dicen tanto acerca de nosotros.

Además de sentarnos, una de las cosas que hacemos, nosotros europeos, es consumir, literalmente lo necesitamos para vivir, y no trabajamos si no es para poder hacerlo. Consumir puede verse entonces como una técnica corporal, puesto que es un acto por medio del cual lidiamos con la cotidianeidad de nuestro vivir, en especial desde el cuerpo; y es, innegablemente, una de las formas primordiales de construir nuestra realidad social. Pero con el concepto de técnicas corporales no podemos dar cuenta de todo lo que involucra el cuerpo en esta cuestión, Mauss no llegó a profundizar lo suficiente en él. En cambio encontramos en Bourdieu y su concepto de *habitus* (2007) una aproximación más completa y que mejore el desarrollo de una sociología del cuerpo. También en Foucault y su concepto de *tecnología del yo* (2010), cuya conceptualización es prácticamente paralela a la de *habitus*, como intentaremos demostrar más adelante. Ambos aluden a la encarnación de una estructura estructurante, por ejemplo: nuestro cuerpo europeo se encarna en un *habitus* europeo, el ejemplo de la forma de sentarnos sólo es una de sus muchas demostraciones. Por su parte, el concepto de Foucault pone un mayor énfasis en el individuo y en la forma en que éste constituye su corporalidad tomando los elementos culturales que lo rodean.

Este par de conceptos nos remiten a dos de los temas que se encuentran más adelante: el primer refiere a la forma en que ciertos aspectos de nuestra sociedad llegan a encarnarse. Para ello tomamos, también de Foucault, el concepto de anatomopolítica, como la imposición en los cuerpos de los mandatos de la biopolítica occidental, por medio de las técnicas disciplinarias (1992; 2009b). Lo cual implica, como veremos, circunscribirse a un rango temporal que viene marcado por el cambio en el ejercicio del poder soberano, a partir del momento en que comienza a buscar la productividad de sus *súbditos*. Eso por el lado estructural-individual. En segundo lugar, y por el lado individual-estructural, debemos entender cómo llegamos a darnos un cuerpo, es decir, a aprehender la corporalidad, a encarnar la conciencia. Para ello revisaremos los aportes de la fenomenología, del interaccionismo simbólico y la performatividad; para llegar a comprender los meca-

nismos individuales de encarnación de la sociedad, y con especial atención al consumo dentro de este proceso.

Este estudio se presenta, por tanto, como una investigación teórica en torno a la corporalidad y la importancia del consumo en su aprehensión. Por eso no hemos abundado aquí en ejemplos y demostraciones empíricas de lo que se plantea, pues se trata de encontrar una aproximación teórica a un tema de gran complejidad. En el mejor de los casos, de esta investigación bien podrían extraerse nuevas lecturas de los datos sociológicos que involucren la corporalidad. Por ejemplo, pensemos en el caso de la vigorexia. Consideramos que, gracias al enfoque que plantearemos aquí, puede llegar a comprenderse mejor este fenómeno, e incluso a desarrollar mejores herramientas para analizarlo estadísticamente. De la misma forma, y con el mismo ejemplo, los métodos cualitativos podrían haber resultado un buen complemento, en tanto soporte empírico, para nuestro trabajo. Nosotros, por preferencias personales, nos hemos “conformado” con la investigación teórica. Por eso una buena continuación de este trabajo sería la realización de una serie de entrevistas, grupos de discusión, etc., que podrían agregar nuevos elementos a los ya considerados aquí. No obstante, además del análisis teórico hemos recurrido al análisis estético, para comprender mejor el funcionamiento de la publicidad en nuestros días. Para lo cual hemos comenzado una genealogía del concepto de canon, partiendo desde Policleto, para examinar la relación entre representación corporal y, a través de ésta, representación moral.

Hemos estructurado este estudio en cuatro capítulos:

- En el primero nos ocuparemos de la sociología del cuerpo, de forma que podamos enmarcar los siguientes capítulos desde esa perspectiva. Allí plantearemos los postulados y corrientes teóricas básicas para comprender y desarrollar una teoría social del cuerpo.
- En el segundo nos dedicaremos a analizar la sociedad actual, cuáles son sus mitos rectores, qué implicaciones tienen para nuestra subjetividad y de qué forma llegan a encarnarse. Todo con el objetivo de comprender mejor cómo es la corporalidad en nuestra actualidad.
- En el tercer capítulo plantearemos en profundidad la cuestión de la corporalidad, cómo funciona y se da esa aprehensión del cuerpo de la que venimos hablando. Dentro de este

proceso, veremos también la importancia de la belleza y la higiene, para lo cual también será requerido interrogarnos acerca del consumo, partiendo siempre desde el cuerpo.

-Por último, un capítulo dedicado a las conclusiones que hemos extraído fruto de nuestra investigación. No se tratará de una mera recopilación o resumen, sino de ir un poco más allá, considerando qué aspectos requerirían un mayor estudio, o cuáles otras cuestiones complementarían la presente investigación.

Lo que pretendemos aquí es ofrecer una revisión de la actualidad de nuestro cuerpo, *desmistificarlo* para comprender que, en nuestro “pellejo”, conviven más cuestiones que nuestro yo. Trataremos de mostrar las tensiones y modificaciones a las que esto nos expone, especialmente en nuestra sociedad de consumo, que vive en nuestros cuerpos.

1-¿Qué es la sociología del cuerpo?

Lo que se grava en la carne humana es una imagen de la sociedad.

Mary Douglas, *Pureza y peligro*

En este capítulo se presentan los presupuestos básicos de una sociología del cuerpo como una aproximación sociológica a la corporalidad, su constitución y sus problemas más significativos. Se exponen, también, los conceptos básicos que sostienen las argumentaciones de los capítulos posteriores, tales como las técnicas corporales de Mauss (1991), el habitus de Bourdieu (2007), y las tecnologías del yo de Foucault (2010); así como las interacciones entre dichos conceptos y los aportes en esta materia desarrollados desde la fenomenología (Merleau-Ponty, 2002) y el interaccionismo simbólico (Mead, 1999; Goffman, 1993).

En un primer momento y a modo de aproximación general, empezaremos considerando la sociología del cuerpo como una ramificación de la sociología que se encarga de resaltar y analizar lo social y cultural inscrito en nuestras carnes, su simbología, imaginarios, tabúes, representaciones, prácticas, etc. Más adelante, hacia el final del estudio, retomaremos este intento de definición y veremos en qué yerra, acierta, falta o sobra. Admitamos ya de entrada el sesgo constructivista y digamos: tanto el cuerpo como nuestro *incorporarnos* en lo social, así como las relaciones entre ambos elementos, son un constructo social (Turner, 1989: 29 y 30). Justificar esta afirmación raya la simpleza, puesto que bien sabemos que la socialización es, casi principalmente, un volver a lo sociocultural los cuerpos, es decir, este cuerpo extraño que de a poco vamos entendiendo que nos pertenece, debe ser domesticado. No sólo no podemos orinar cuando y donde queramos, sino que, pese al calor, no podemos ir desnudos, ni podemos, con ciertas excepciones, eructar después de comer abundantemente o beber una gaseosa.

Lo que podemos hacer potencialmente con nuestro cuerpo no está en absoluto predeterminado, al menos hasta un cierto nivel; no puede ser una extraña voluntad a la que eventualmente movemos sus hilos para patear una pelota. Y en ese patear la pelota, en ese aguantar el eructo para no avergonzar a nuestros padres, somos nosotros, es decir, mi cuerpo no puede eructar cuando quiera, por lo tanto, yo no puedo eructar cuando quiera; yo debo *incorporarme* y tomar las riendas invisibles detrás de la piel de este extraño, es decir, dar a mi *self* un cuerpo y, por medio de ello, una cultura. Yo pateo esa

pelota y soy pierna y soy niño corriendo detrás de esa pelota; yo y mi cuerpo nos cansamos.

Es indudable que nacemos siendo nuestro cuerpo. En el marco de la corriente fenomenológica, especialmente dentro del pensamiento francés, llegó a rechazarse el dualismo entre cuerpo y alma (Turner, 1989: 80). Gabriel Marcel, dijo “yo soy mi cuerpo”² (Marcel, 1951, citado en Turner, 1989: 80), y probablemente Ortega y Gasset reclamaría las circunstancias agregadas, pero en este caso, y aún más allá de la pertinencia de nuestra exageración; no sería necesario. Nuestro cuerpo *es* circunstancia, es yo, es nosotros y es París en 1948. El cuerpo no es entonces contingente a mi experiencia puesto que está siempre ahí, tan presente que a veces siquiera lo sentimos; sobre él ejerzo mi autoridad inmediata e íntima. De esta forma, experiencia mental y física se vuelven una sola experiencia (Marcel, 1951). Como decíamos, nacemos siendo nuestro cuerpo, somos la boca succionando la leche. Sin embargo, crecer, socializarnos, implica re-incorporarse cada cierto tiempo, marcando diferentes etapas en la encarnación de lo social.

En un breve periodo de tiempo, este cuerpo que somos ya no es admisible. La cálida y cómoda envoltura del pañal debe ser abandonada por un gesto de madurez propio de esos decepcionantes adultos, y que constituye acaso la primera de nuestras responsabilidades sobre nuestro cuerpo, es decir, una respuesta que al mismo tiempo es una reprimenda, un responso, una disciplina sobre el cuerpo. Como dijimos antes, debemos acatar las normas básicas sobre nuestras excreciones y desechos, signos de lo interior, de nuestra intimidad primigenia, la expresión de lo más desconocido y más cercano. Debemos contextualizarlas, confrontarlas a lo normativo, clasificarlas y jerarquizarlas, de la misma forma que haremos con nuestro cuerpo. Conoceremos entonces el asco sobre algo que es lo más puro e intrínsecamente nuestro en nuestra cortísima existencia.

Ya desde tan pequeños empezamos a familiarizarnos con esta marcación cultural por la desaparición de nuestros desechos. Entramos en el reino de la biopolítica, y eso requiere un nuevo cuerpo, o quizás mejor: requiere *el* cuerpo. A partir de entonces empezamos a disponer de, y responder por, nuestro cuerpo, puesto que éste es y será lo que las normas dicten; estará, a partir de ahora y para siempre, contextualizado y, al mismo tiempo,

² También Sartre en *El ser y la nada*: “Mi cuerpo es a la vez coextensivo al mundo, está expandido íntegramente a través de las cosas, y, al mismo tiempo, concentrado en este punto único que todas ellas indican y que yo soy sin poder conocerlo.” (2005: 200)

personificado por nosotros. Eso, extraño, que no se controla y cuyo funcionamiento pasa inadvertido pero que en nuestro intento por controlarlo lo creamos, lo construimos; es el cuerpo, que debemos hacer nuestro, expresión de nuestro ser.

Decíamos entonces que ya desde tan corta edad entramos en el reino de la biopolítica, en el reino de lo humano. Ya con los pañales, sospechosamente blancos, empezamos a interiorizar (y de aquí en más “interiorizar” equivale, en todo su sentido a “in-corporar”), la compleja y culturalmente diversa conceptualización de lo íntimo-vergonzoso y de la subjetividad. Si yo soy mi cuerpo –dirá Feuerbach (1995) que somos lo que comemos–, yo soy también lo desconocido e inconsciente de mi cuerpo, soy yo haciendo sin querer la digestión y necesitando desecharlo; produzco. Lo primero que producimos es considerado un desecho –al menos desde este lado del mundo–, algo de lo que deberíamos avergonzarnos y tratar de ocultar (eso es, precisamente, clasificar y jerarquizar) (Douglas 1988: 96), pero sobre todo, *debo*³. Y debo responsabilizarme de su desaparición, envolviéndolo en un mentiroso pañal blanco o accionando el mecanismo del retrete; debo, también, ser la higiene, encarnarla. Extrañamente, algunos años más tarde, un grupo de personas me pedirá estos mismo desechos, para estudiarlos y, por lógica extensión, estudiarme; parece que, pese a todo, también soy eso, mis desechos hablan de mi más de lo que imaginaba. Mientras tanto he comenzado las andaduras del pudor y la vergüenza; las andaduras del *self*⁴.

Ahora detengámonos un momento y volvamos la vista hacia los párrafos precedentes. Esta descripción superficial es un buen ejemplo de lo que la sociología del cuerpo es. Hemos visto que el solo hecho de aprender a ir al baño involucra toda una serie de cuestiones que, desglosadas como han sido hasta ahora, constituyen un ejemplo de aproximación sociológica, cultural y transversal, a la corporalidad y su aprehensión. En un paso tan rápido pero de gran complejidad, están implicadas las primeras realizaciones de la subjetividad en dos conceptualizaciones: la del polo inconsciente y la del consciente; y la dimensión colectiva, a la que entramos a formar parte con un rito de paso que consiste en la humanización biopolítica del existir.

Con este ejemplo primigenio estamos apuntando a demostrar la cita de Marcel hasta la justificación, o casi mejor, pertinencia de una sociología del cuerpo. Se trata de ver que

³ A esto se refiere Mary Douglas cuando habla de *descorporeizar* las formas de expresión social (Ídem.)

⁴ Para este desarrollo nos hemos basado en Freud (1996: 1202 y 1203), y su teoría sobre el dominio muscular y la etapa anal en el niño, como base para la subjetividad.

la realización⁵ de nuestro existir, nuestro ser-en-el-mundo, es indisociable de la experiencia de la corporalidad, tanto propia como ajena y mediatizada; agregándole además, desde la sociología, su contenido cultural. Ya con señalar estas dos conceptualizaciones estamos asentando lo sociocultural en lo corporal de nuestro existir. La paradoja está a la orden del día, puesto que nos encontramos que si bien la chispa primigenia de nuestra existencia es corporal –lo que, quizás equivocadamente, nos haga pensar en ella como puramente subjetiva–, ésta es realizada con exterioridad al yo, bajo el mandato de la norma-tradición, y facilitada además por un amplísimo espectro de narrativas y lógicas sociales sobre las mismas. Ello requiere inevitablemente recurrir a la etimología de lo sociológico como *logos* de la amistad o el contrato (*socius*) (Turner, 1989: 36), es decir, el estudio de la vinculación entre los sujetos. Y este *logos* no está exento de tautologías, puesto que darse una subjetividad conlleva intrínsecamente una sujeción, un atarse del ser al mundo y al otro.

El desarrollo fenomenológico del cuerpo ha llevado a Merleau-Ponty a considerar, apoyándose en Husserl, Heidegger y Marcel, que el punto de partida del existir en el mundo es el cuerpo⁶ (Merleau-Ponty, 2002: 119); puesto que desde el cuerpo –y aquí el *desde* aún a tiempo y espacio–, me doy al mundo y a los demás. Pero la problemática que permite desarrollar una sociología del cuerpo es que tanto el darse el cuerpo como el darse-al-mundo de los cuerpos, es indiscernible respecto a la delimitación del vínculo, siempre analítico, entre lo propio y lo ajeno. Desarrollar esta posible sociología, como desarrollar la sociología misma, obliga a una cierta actitud de agradecimiento respecto a estas aporías analíticas que tanto insistimos en borrar de nuestros horizontes epistemológicos, delegando y subcontratando a otras ramificaciones del conocimiento; como una sociología cobarde de lo que es más humano de lo humano: los límites.

Algunos autores (Bernard, 1985: 174; Douglas, 1988: 94; Le Breton, 2011: 20; Turner, 1989: 31), consideran el ensayo de Marcel Mauss “Técnicas y movimientos corporales” (1991: 336), como un precedente de lo que significa hacer una sociología del cuerpo. En él, Mauss expone el concepto de *técnicas corporales* como el uso tradicional del cuerpo

⁵ Utilizamos aquí “realizar” en el sentido anglosajón de la palabra *realize*, que significa tanto “caer en la cuenta” como “dar cuenta de”; en tanto que volver algo a lo real, conferirle el carácter de *real*.

⁶ “Dice Merleau-Ponty: ‘El cuerpo es eminentemente un espacio expresivo’. Pero no es un espacio expresivo entre otros espacios; es el origen de todos los otros, es lo que proyecta al exterior las significaciones dándoles un lugar, lo cual hace que éstas cobren existencia como cosas que tenemos al alcance de nuestras manos (...). En este sentido, nuestro cuerpo es lo que forma y hace vivir un mundo, es ‘nuestro medio general de tener un mundo’.” (Bernard, 1985: 72)

en diferentes sociedades. Al referirse a ello como *techné*, el antropólogo aclara que se refiere a un acto que es eficaz y tradicional, es decir, que dicho acto tiene en su forma actual un cierto recorrido cultural, que ha sido transmitido entre generaciones que, con su aplicación, han llegado a considerarlo eficaz, es decir, la “mejor” de las formas posibles de hacerlo⁷. Así, a lo largo de su carrera, Mauss encontró cómo en diversas sociedades existían muchas de estas “mejores formas de hacerlo”, de sentarse, de bailar, comer, andar, etc.; y que éstas, además, variaban dentro de una misma sociedad según el sexo y la edad (1991: 344).

A este respecto podemos citar un ejemplo bien conocido, como es el del Japón hasta principios del Siglo XX, ilustrado por Ruth Benedict en *El crisantemo y la espada*; donde las diferencias entre las técnicas corporales de varones y mujeres llegan al punto extremo de la deformación⁸ de los pies de éstas, ya desde niñas. Lo cual no sólo implica, como es evidente, una técnica física y simbólica del andar muy diferenciada, sino también la imposición de una forma corporal también distinta y minusválida; es volver a la carne la desigualdad. También son interesantes, en este sentido, los ejemplos de la prohibición de los gritos durante el parto, en contraposición a la *obligación* de los gritos en el mundo occidental americano, como parte del buen curso del parto y como exigencia para poder administrar la inyección epidural; o los buenos modales, únicamente en las mujeres, en la forma de dormir (Benedict, 2008: 178 y 247).

Además del sexo y la edad, Mauss propone clasificar las técnicas corporales en función de su *rendimiento* y *transmisión* (1991: 345). Con *rendimiento* refiere al adiestramiento como búsqueda de una utilidad óptima de la técnica, es decir, de una *habilidad*, que supone el sentido de la adaptación y buena coordinación de determinados movimientos; un saber-hacer fruto de la repetición de un acto. La *transmisión*, entonces, está relacionada con el legado de técnicas que los nuevos individuos intentarán aprender, ya por imitación o imposición, como en nuestro primer ejemplo sobre el dominio muscular. En este sentido se inscribe la pregunta por el simbolismo de la lateralidad, analizada por Hertz (1990) en *La muerte y la mano derecha*⁹.

⁷ Es interesante ver aquí el paralelismo con el concepto de *sedimentación* en la construcción intersubjetiva de la realidad (Berger y Luckmann, 1995: 91).

⁸ Otro ejemplo muy significativo es el de los cráneos deformados ritualmente en la cultura Inca y egipcia, entre otras; y que tenían una funcionalidad distintiva de clase.

⁹ “La preponderancia de la mano derecha es obligatoria, impuesta por la fuerza, garantizada por sanciones, mientras que, por el contrario, sobre la mano izquierda pesa una verdadera prohibición que la paraliza.

Por último, Marcel Mauss propone una enumeración biográfica de estas técnicas corporales (1991: 347) como un recorrido por aquellas que se asocian a cada momento vital. Comienza con el nacimiento y la obstetricia, señalando diferencias entre las posturas durante el parto, exponiendo sobre todo cómo no es universal la postura más extendida en la actualidad. Mauss se centra únicamente en el aspecto simbólico del recibimiento del niño, no obstante, cabe precisar, al igual que en el ejemplo extraído de Benedict, en las consecuencias simbólicas y de subjetividad con respecto a la postura y la madre; y también en qué dice sobre una sociedad una determinada postura durante el parto. En el caso japonés, se trataba del respeto al otro a partir del ocultamiento de lo más íntimo. En nuestra sociedad, como es sabido, todo el ritual se desarrolla en torno al médico; incluso la postura de la madre es considerada antinatural al mismo tiempo que natural, es decir, nunca es plenamente natural. Entonces, lo significativo es el discurso sobre las posturas, lo que lleva a decir que una postura, frente a tantas otras, es “buena”, incluso moralmente, o natural.

A éstas siguen las técnicas de la infancia, referidas a la alimentación y crianza del niño, es decir, involucran, al menos para Mauss, las actitudes de la madre y el bebé. Y en este sentido la aclaración es pertinente, puesto que, corporalmente hablando, estas actitudes difieren bastante entre padres y madres, al menos si ha habido un parto y no una adopción, que ya nos exigiría una aproximación diferente. Así, dirá también Mauss que la relación del niño con la madre será distinta si ésta lo ha llevado encima durante sus primeros años o no. Señala entonces dos elementos principales de esta etapa: la cuna y el destete. De la cuna dirá que puede tener consecuencias fisiológicas indeseables. Del destete, que es la etapa que marca la autosuficiencia corporal del niño, y el comienzo de la aprehensión corporal. No obstante, y aquí Freud puede sernos útil, conviene detenerse un poco más en esta cuestión.

Mauss no llegará a desarrollar en profundidad las consecuencias de esta etapa; dirá que entonces el niño aprende “posturas que a veces le son impuestas” (1991: 348). Sin embargo, el ejemplo freudiano con el que comenzamos este capítulo nos acerca ya unas conclusiones sobre el carácter y alcance de dichas *imposiciones*¹⁰. No vamos a revisar

Las diferencias de valor y función que existen entre los dos lados de nuestro cuerpo presenta, pues, al más alto nivel las características de una institución social, y el estudio que quiera dar cuenta de ello habrá de insertarse en el ámbito de la sociología” (Hertz, 1990: 111)

¹⁰ No obstante no siempre funcionan como imposiciones tanto como imitaciones, pero tratamos de aludir aquí a la *in*-corporación intersubjetiva de estas técnicas.

aquí la teoría freudiana a estos respectos, sabemos que no es especialmente sociológica ni consciente de la diversidad cultural que Mauss sí pone de relieve. Sin embargo, sí podemos aprovechar, de cara a una sociología del cuerpo, la idea de explorar los cimientos de la subjetividad en nuestras primeras técnicas corporales, en tanto que tienen unas consecuencias observables y, luego de eso, abundar en la simbología que se les imprime, puesto que habla de lo que somos como sujetos y como colectivos.

Inmediatas a estas técnicas de la infancia son las de la adolescencia. En este punto Mauss destaca la adolescencia como momento de aprendizaje de las técnicas de la etapa adulta. Se refiere, en efecto, a la pubertad. Como tal etapa, llena de ritos de paso, su interés es particular, mucho más actualmente si tenemos en cuenta la panoplia de la sociedad de consumo, que introduce nuevos ámbitos y posibilidades de generación y transformación de subjetividades, al igual que múltiples conflictos asociados. Especialmente en la pubertad como entrada al mundo de la sexualidad, con sus discursos y prácticas. Mas adelante revisaremos esta aprehensión del cuerpo placentero a partir del imaginario consumista.

Por último, las técnicas del adulto, que engloban gran parte de nuestros quehaceres cotidianos: el reposo, el movimiento, el cuidado del cuerpo, la alimentación y la reproducción. Todo un catálogo que demuestra la profundidad, a la par que proximidad constante, de la cultura en los seres humanos. Mauss, no obstante, no habla, como sí lo hará Simmel (1986), de las técnicas asociadas a los sentidos. Si el andar y el dormir de una forma particular es un hecho cultural, no existen menos razones para creerlo respecto a la vista, el tacto, etc. Actualmente vivimos en una sociedad del espectáculo, como bien apuntaba Debord (2009); lo que implica un vuelco, casi por completo, de nuestra atención a lo visual como medio básico de información y apropiación del mundo. Es decir, una preeminencia, que no exclusión, de un sentido por encima de los otros y que requiere, en efecto, de una forma particular de ver y verse en el mundo. Sin embargo, sería también interesante profundizar en la cultura tecnológica táctil que cada vez más nos rodea, al igual que los esfuerzos de la industria tecnológica por lograr la experiencia total, al incluir la participación de todos los sentidos en las prácticas de consumo.

Podemos complementar y comprender mejor el concepto de *técnica corporal* a través del análisis fenomenológico de Merleau-Ponty. Para el filósofo francés el cuerpo se trata del lugar primordial de apropiación del mundo y del ser (2002: 184), o, en palabras

de Jean-Luc Nancy, “el cuerpo da lugar a la existencia, (...) es el ser de la existencia” (Nancy, 2003: 15). Por lo que estas técnicas corporales serían la manifestación, entre otras muchas cuestiones, de esa apropiación del mundo, del darse la existencia que implica la aprehensión, por medio de dichas técnicas, del cuerpo que nos toca encarnar en cada etapa, en cada momento. Una aprehensión que consiste, principalmente, en la normalización de mi cuerpo, el borrado de éste de su inmediatez inconmensurable; igual que el enfermo para curarse borra la enfermedad de su experiencia inmediata, pero sólo después de haberse reconocido en ese cuerpo enfermo, haberse sujetado a la enfermedad; para poder volver a exonerar¹¹ la corporalidad de lo cotidiano, que es lo que implica el estado de salud, la sujeción de salud.

También para Foucault la subjetividad se alcanza por medio de una *techné*. El filósofo francés, en su desarrollo y análisis del *epimelesthai sautou* griego (“cuidado de sí”, como una preocupación por uno mismo), elaboró el concepto de *tecnologías del yo*

(...) que permiten a los individuos efectuar, por cuenta propia o con la ayuda de los otros, cierto número de operaciones sobre su cuerpo y su alma (...), o cualquier forma de ser, obteniendo así una transformación de sí mismos con el fin de alcanzar cierto estado de felicidad, pureza, sabiduría o inmortalidad. (Foucault, 2010: 48)

Este *epimelesthai sautou* comprende dos aspectos complementarios: el *epimeleia heautou*, como “cuidarse a sí mismo”; y el *gnothi sauton*, como el principio delfico, “conócete a ti mismo” (Foucault, 2010: 50). El problema en el pensamiento occidental, dirá Foucault de cara a esta genealogía de la práctica de la confesión, ha sido la preeminencia del segundo principio antes que el primero. Con respecto al primer principio, al analizar el *Alcibiades* de Platón, el filósofo francés señala que esta preocupación, este cuidado, está basado en una adquisición de *techné* (Foucault, 2010: 57); al igual que con Mauss, una habilidad en el uso óptimo. En este sentido, dirá, “cuando uno se preocupa del cuerpo, uno no se preocupa de sí. El sí no es el vestir, ni los instrumentos, ni las posesiones. (...) un principio que no es del cuerpo sino del alma” (2010: 59). Es decir, se trata de la actividad, la intencionalidad de los cuerpos, y de esta forma se separan cuerpo y alma, o *self*; como ocupaciones distintas, y jerárquicas, del ser.

Decíamos que Foucault, muy acertadamente, considera que se ha subordinado el cuidado de sí al conocimiento de sí, como una forma antigua del dar cuenta de sí, del propio

¹¹ Exonerar refiere aquí a descargarse de la carga que supone la presencia de la corporalidad en tanto obstáculo para el desarrollo de la vida cotidiana, puesto que ser consciente y responsable de la totalidad de nuestros procesos fisiológicos no nos permitiría desarrollarnos.

pecado; de lo que en uno está mal y debe reformar; y que en el cristianismo primitivo derivó en la confesión al maestro y más, tarde, en la penitencia, en el pago por no cuidar adecuadamente de uno mismo. La cuestión, de cara a aprovechar su concepto de tecnología del yo, es que separa, siguiendo el *Alcibíades* de Platón, los hechos del cuerpo de los hechos del alma. Siguiendo la tradición fenomenológica, necesaria para nuestro enfoque sociológico, necesitamos ampliar y unir ambos hechos, ubicarnos en el medio; de forma que las operaciones sobre nuestro cuerpo puedan ser consideradas también como operaciones sobre nuestra alma, como formas de darnos el sujeto y darnos al mundo, en las que media, y transforma, nuestra cultura. De esta forma, el concepto de técnicas corporales de Mauss, que ya habíamos complementado a través del enfoque fenomenológico, encuentra también su explicación en el concepto de Foucault, como *techné* en el camino hacia el *self*.

Este concepto nos remite a otro concepto sociológico central, el *habitus*:

Historia incorporada, hecha naturaleza¹², y por ello olvidada en cuanto tal, el habitus es la presencia actuante de todo el pasado del cual es el producto: por lo tanto, es lo que confiere a las prácticas su independencia relativa en relación a las determinaciones exteriores del presente inmediato. (Bourdieu, 2007: 91 y 92)

Se trata, entonces, de ubicarse en el medio de lo externo y lo interno, en el límite entre las estructuras y los individuos; ése es el intento de Bourdieu, tanto como de Foucault y de Mauss, superar los determinismos estructuralistas tanto como los subjetivismos. Se define el *habitus* como un “sistema de *disposiciones* duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y de representaciones que pueden ser objetivamente adaptadas a su meta sin suponer el propósito consciente de ciertos fines ni el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos” (Bourdieu, 2007: 86).

La relación inapelable de este concepto con el cuerpo ya formaba parte del desarrollo teórico de Bourdieu, puesto que el *habitus* se *in-corpora* por un proceso de normaliza-

¹² Es destacable que Bourdieu, al dar una definición sobre algo que no es para nada natural, utilice este término en el sentido de naturalización como normativización. Téngase también en cuenta la relación entre lo natural y aquello que es “olvidado en cuanto tal”, es decir, exonerado, tal y como señalábamos más arriba respecto a la corporalidad en lo cotidiano. Estaríamos diciendo entonces que el *habitus* es aquello construido a lo que, también y valga la redundancia, le construimos una naturalidad con este olvido, con esta exoneración.

ción de la práctica, pasando a formar parte de estas técnicas corporales que señaló Mauss, y que no son necesariamente conscientes:

(...) no se terminaría de enumerar los valores hechos cuerpo, por la transubstanciación que opera la persuasión clandestina de una pedagogía implícita, capaz de inculcar toda una cosmología, una ética, una metafísica, una política, a través de mandatos tan insignificantes como 'estate derecho'. (Bourdieu, 2007: 112)

Cada uno de estos tres conceptos se especializa en un aspecto determinado: Mauss resalta la profundidad a la que llega la cultura en nuestros cuerpos, Foucault denuncia y disecciona la dominación por medio de la disciplina corporal y el carácter subjetivante de estas disciplinas, y Bourdieu, por su parte, nos ayudará a entender que las prácticas de los sujetos no son únicamente determinadas por la posición en la estructura, especialmente las prácticas relacionadas con el consumo y la ostentación¹³, elemento básico para nuestro estudio. Lo que hacen los tres pensadores es ubicarse en el medio, entre la sociedad y los individuos. De cara a nuestro estudio, nosotros podremos aprovechar la especialidad de cada uno de estos aportes, de cara a una mayor comprensión de lo que se esconde en la expresión de los cuerpos, un mejor entendimiento del cuerpo mismo como ese medio en el que se situaron Bourdieu, Foucault y Mauss, entre otros, y que proporciona un recurso explicativo de la sociedad mucho más rico que la mera teoría social clásica.

¿Qué provoca este interés sociológico contemporáneo por el cuerpo? Siguiendo a Turner (1989: 17), podemos señalar al menos seis elementos que invisten al cuerpo de un interés particular para la sociología. En primer lugar, debemos señalar la importancia de la *crítica feminista* de la sociedad, en tanto que visibiliza lo perjudicial de un orden social sustentado en que una diferencia fisiológica determina una división social y moral diferenciada. En este sentido, es justo reconocer que lo mismo podríamos decir con respecto al destierro, al menos en gran parte de la sociología, de las explicaciones de la desigualdad social sustentadas en la raza o en otros aspectos corporales. En esta línea, y en primer lugar, debe considerarse el aporte de Margaret Mead, expuesto en su obra *Sexo y Temperamento en tres sociedades primitivas* (2006). En su análisis de las sociedades arapesh, mundugumor y tchambuli, llega a la conclusión de que las diferencias

¹³ “El gusto, una cultura de clase entregada a la naturaleza, lo que significa encarnada, ayuda a dar forma a la clase del cuerpo. Se trata de un principio incorporado de clasificación que gobierna todas las formas de incorporación, eligiendo y modificando todo lo que el cuerpo infiere y digiere y asimila, fisiológica y psicológicamente. Ello lleva al cuerpo a ser la materialización más indiscutible del gusto de clase.” (Bourdieu, 1984: 190).

entre los temperamentos agresivos o pacíficos de sus miembros no están asentadas en construcciones fisiológicas, sino que más bien provienen de una socialización temperamental diferencial:

Convinando en la maleabilidad de la naturaleza humana, ¿de dónde surgen las diferencias entre las personalidades estandarizadas, que las diversas culturas decretan para todos sus miembros, o que una cultura dispone para los miembros de un sexo, en contraste con los del sexo opuesto? (...) Supongamos que existan diferencias temperamentales definidas entre los seres humanos que, si no son enteramente hereditarias, se establezcan, al menos, sobre una base hereditaria, poco después del nacimiento. Estas diferencias, finalmente incluidas en la estructura del carácter de los adultos, son las guías sobre las cuales la cultura trabaja, eligiendo un temperamento o una combinación de tipos congruentes y relacionados, como deseables, e incorporando esta selección a cada fibra de la textura social. (2006: 261-263)

Es decir, el género sería, según esta autora, un proceso de ajuste agencial a una convención. Por tanto, podemos decir que prefigura el aporte de Simone de Beauvoir que, aunque enfocada desde la *fenomenología existencialista*, contribuyó con uno de los pilares más importantes de cara a una sociología del cuerpo, así como al desarrollo de las teorías *queer*¹⁴. Su famosa tesis “no se nace mujer: se llega a serlo” (1998: 13)¹⁵ aún en ocho palabras la lógica epistemológica esencial de esta sociología que intentamos exponer: el cuerpo no esconde predeterminaciones, es la vida en un contexto, con todas sus imposiciones, y también nuestras decisiones, lo que lleva a ser como nos vemos en el espejo de la sociedad.

Un tercer elemento, protagonista básico de nuestro estudio, es la *sociedad de consumo* y su vuelco hacia los cuerpos, que los convierte, como apuntó Baudrillard, en el objeto de consumo más bello:

En la panoplia del consumo hay un objeto más bello, máspreciado, más brillante que todos los demás y hasta más cargado de connotaciones que el automóvil que, sin embargo, resume a todas las demás: EL CUERPO. (...) Ha sustituido literalmente al alma en su función moral e ideológica (Baudrillard, 2009b: 155)

Dentro de este mismo elemento hay que considerar también el auge y expansión completa del mundo publicitario, de la publicidad como forma de información antes que comunicación. A través de la publicidad, como veremos más adelante, se ofrecen los

¹⁴ No obstante, debe verse que el aporte de Margaret Mead es mucho más profundo de cara al desarrollo de estas teorías, puesto que muestra mayores paralelismos con la conceptualización del género como acto *performativo* (Butler, 1988). Más adelante dedicaremos unas líneas a desarrollar la performatividad.

¹⁵ La cita continúa: “Ningún destino biológico, psíquico, económico, define la imagen que reviste en el seno de la sociedad la hembra humana; el conjunto de la civilización elabora este producto intermedio entre el macho y el castrado que se suele calificar de femenino.”(ídem.)

ideales de cuerpo, de sociabilidad, etc.; conformando, al mismo tiempo, una auténtica *biopolítica*.

El cuarto elemento guarda una relación con el anterior, puesto que nos referimos a los *avances y nuevas perspectivas en la medicina*. Los avances médicos han hecho tambalear la noción de vida y muerte, ampliando los límites vitales a los que podemos llevar nuestros cuerpos sin poner en peligro la vida de la que están imbuidos; al introducirse la noción de muerte cerebral como criterio para la certificación legal de la muerte. Además, y gracias a la posibilidad de llevar al organismo hacia nuevos límites, se han multiplicado las posibilidades en materia de trasplantes, cambiando por completo la consideración sobre el propio cuerpo y los elementos que constituyen su funcionamiento; si algo ya no funciona, quizás pueda ser reemplazado, o mejor, puede prevenirse ese reemplazo, a través del mapeo genético. También los avances en cirugía estética y reparadora llevan más allá la ideología del cuidado de las apariencias; el maquillaje ya no es suficiente, o al menos no lo suficientemente ostentoso como inyectarse toxina botulínica en la cara o insertarse unas prótesis pectorales. Por último, los avances médicos y de higiene, sumados a la mejora de la situación social de gran parte del mundo, han derivado en un mundo en el que la gente vive más tiempo, y en el que coexisten varias generaciones.

Por su lado, las medicinas alternativas se permiten profundizar, y enraizar, en la cuestión del cuerpo, tanto con interpretaciones basadas en la energía vital y los *chakras*, como con prácticas que van desde la ingesta del primer orín a la no ingesta ni bebida de absolutamente nada más que luz (los llamados *autótrofos*). Todas y cada una de estas medicinas requieren de un esquema corporal que justifique sus prácticas, así como una visión de la sociedad ideal a la que se aspira por medio de dichos esquemas. Y lo requieren tanto como la medicina occidental, con la diferencia de que no suelen contar con el apoyo de la comunidad científica, que permiten el avance, por medio de la imposición de su legalidad, de una única medicina.

En quinto lugar encontramos la llamada *liberación sexual* que, según Turner, seculariza el cuerpo y vuelve más eficaz su mercantilización (1989: 18). En este sentido nos interesan especialmente dos visiones sobre esta liberación. La primera es la de Marcuse quien, en *Eros y civilización* (1968), acuñaría el concepto de *desublimación represiva*, como una liberalización del sexo que disminuye lo erótico pero intensifica la energía sexual:

La sublimación opera en una estructura instintiva preconditionada, que incluye la restricción funcional y temporal de la sexualidad, su canalización dentro de la reproducción monogámica y la desexualización de la mayor parte del cuerpo. (1968: 192 y 193)

El sexo, dirá más tarde en *El hombre unidimensional*, se integra al trabajo y las relaciones públicas (Marcuse, 1990: 105). Foucault señalará por su parte, que la voluntad de saber esconde tras de sí la voluntad de conocer la sexualidad con el fin de controlarla; controlar el cuerpo para controlar los cuerpos, su reproducción: “(...) se trata de inmergir la abundosa producción de discursos sobre el sexo¹⁶ en el campo de las relaciones de poder múltiples y móviles” (Foucault, 1987: 119).

Como bien apunta Bryan Turner, hay una diferencia entre estos enfoques que debe ser tomada en cuenta. Foucault no considera que exista una represión en la sexualidad en los términos planteados por Marcuse, como algo reprimido, sino más bien que se da una sobre-investigación al respecto, con fin de normalizarlo, facilitando así su dominación. Como reza la publicidad: “sexo es salud”, pero eso es algo que siempre deberá certificar nuestro médico.

El último elemento que consideraremos aquí es la *biopolítica*, o mejor, la creación de este concepto por el ya citado Foucault: “(...) habría que hablar de ‘biopolítica’ para designar lo que hace entrar a la vida y sus mecanismos en el dominio de los cálculos explícitos y convierte el poder-saber en un agente de transformación de la vida humana” (Foucault, 1987: 173). Este poder sobre el cuerpo diferencia dos aspectos, íntimamente relacionados: “las disciplinas del cuerpo y las regulaciones de la población” (1987: 168). La primera es la *anatomo-política*, la esencia de lo que el mismo Foucault denomina como *microfísica del poder*, que “no es posible localizarla ni en un tipo definido de institución, ni en un aparato estatal, (...) cuyo campo de validez se sitúa en cierto modo entre esos grandes funcionamientos y los propios cuerpos con su materialidad y sus fuerzas” (2009a: 33).

Es interesante ver la forma de esta crítica del poder que elabora el filósofo francés, como algo que parte desde los cuerpos; ésta es la esencia, también, de la sociología del cuerpo que, al profundizar en éstos, encuentra las marcas de la civilización y su funcio-

¹⁶ “El cuerpo se ha convertido en el centro de una lucha entre los niños y los padres, entre el niño y las instancias de control. La sublevación del cuerpo sexual [la liberación sexual] es el contraefecto de esta avanzada. ¿Cómo responde el poder? Por medio de una explotación económica (y quizás ideológica) de la erotización, desde los productos de bronceado hasta las películas porno... (...) encontraréis una nueva inversión que no se presenta ya bajo la forma de control-represión, sino bajo la de control-estimulación.” (Foucault, 1992: 105)

namiento opresivo, que fuerza a ciertas renunciaciones para alcanzar el grado de sujeto. Entonces, como muestra Foucault, para comprender realmente el poder, es necesario llegar hasta el cuerpo. Turner acierta al señalar que una sociología del cuerpo es básicamente una aplicación de la filosofía foucaultiana (Turner, 1989: 61), entonces hay que ver esta sociología, también, como la parte más profunda de una teoría sociológica del poder biopolítico.

¿Quiere, todo esto, darle la razón al biologismo en teoría social? Nada más alejado de ello. Si bien es de agradecer el esfuerzo que la teoría social clásica hizo por distanciarse de dicha fuente explicativa (la genética, los rasgos físicos, etc.); este esfuerzo, como apunta Turner (1994), alejó la temática de la corporalidad de la sociología, contribuyendo a la “oposición tradicional cultural de Occidente entre naturaleza y cultura. Las relaciones sociales puede incluso concebirse como *negación* de la naturaleza” (Hirst y Woolley, 1982: 23). Y esto genera una forma distinta de preguntarse por la sociedad, que parte de las características de lo social, por ejemplo “¿qué características definen una sociedad urbana, industrial?, ¿qué elementos sociales del pasado explican este estado?”; antes que aproximarse de una forma general, más filosófica si se quiere, del estilo: “¿cómo puede la humanidad sobrevivir a dicho entorno, problemático, extraño y anómalo?” (Turner, 1994: 16). La sociología clásica descarta entrar en las relaciones entre cuerpo y cultura-sociedad, algo que sí hará la antropología y la filosofía, lo que explica que la mayor parte de los autores de este estudio provengan de dichas disciplinas.

Y en este punto puede verse cómo contribuyeron en el desarrollo teórico antropológico estas preguntas más generales, que fuerzan casi siempre un diálogo interdisciplinario, como preguntarse, al menos en un sentido analítico, por el punto de disyunción entre lo natural y lo social en el ser humano, y no derivarlo a una especie de *ready-made* teórico que aúne el evolucionismo, los estados salvajes, etc. Aquí la influencia de Nietzsche es incuestionable, pues en su idea del hombre como animal inacabado pero con memoria, con autoconsciencia y capacidad para situarse en un punto de la historia (Turner, 1994: 21), está la base de un acercamiento antropológico que, en lugar de rechazar la posibilidad de entrar en la parte natural, trata de situarse en el medio, en aceptar que tal separación natural/social no existe; y que al mismo tiempo contiene una historicidad¹⁷, ya res-

¹⁷ Dice Foucault sobre el cuerpo en Nietzsche: “El cuerpo: superficie de inscripción de los sucesos (...), lugar de disociación del Yo (al cual intenta prestar la quimera de una unidad substancial), volumen en perpetuo derrumbamiento. La genealogía, como el análisis de procedencia, se encuentra por tanto en la

guardada en técnicas corporales, en representaciones del cuerpo, etc. Pero además, ofrece también una solución al relativismo social, puesto que descubrimientos como el de Mary Douglas y su teoría sobre el cuerpo como sistema clasificatorio¹⁸ (1991), hablan de respuestas humanas, y no tanto occidentales, orientales, nacionales, etc.; a la relación con el medio.

No obstante esta separación tan marcada entre el *self* y el cuerpo en la mayor parte de la sociología, en el interaccionismo simbólico podemos encontrar un planteamiento que toma en cuenta la representación del cuerpo como parte esencial de la interacción humana. Y ello pese a que G. H. Mead estableciese una distinción entre el *self* y el cuerpo, ya que éste puede, según el autor, “existir y operar de forma sumamente inteligente sin que haya una persona [un *self*] involucrado en la experiencia. (...) El cuerpo no se experimenta a sí mismo como un todo, en el sentido en que la persona, en cierto modo, entra en la experiencia de la persona” (Mead, 1999: 168)

En los “Ensayos suplementarios”, no obstante, tratará la cuestión del *individuo biológico*, como distinto del *individuo socialmente consciente de sí* que, dirá, “no se encuentran en planos separados, sino que se unen y separan continuamente y constituyen, en la mayoría de las condiciones, una experiencia que no parece estar dividida por ninguna línea de clivaje” (Mead, 1999: 353). Esto no lo separa de su cita anterior, puesto que el aspecto que distingue cada tipo de individuo es la implicación del *self* en la experiencia¹⁹, es decir, el *self* no puede modificar conscientemente lo fisiológico; no obstante el ejemplo del dominio muscular en Freud podría rebatir este argumento y llevarlo un poco más allá, puesto que estaríamos argumentando que, fruto de una interacción, llegamos a ser capaces de modificar y constituir una nueva forma de ser de lo fisiológico. En el caso de la excreción, que al nacer sería, por decirlo de alguna forma, genuinamente fisiológica; con la socialización y el desarrollo del dominio muscular, no dejaría de ser,

articulación del cuerpo y de la historia. Debe mostrar el cuerpo impregnado de historia, y a la historia como destructor del cuerpo.” (1991: 14)

¹⁸ “La respuesta principal al desorden es la clasificación sistemática: la creación de categorías ordenadas que explican tanto el desorden como el restablecimiento del orden. El principal medio de clasificación ha sido históricamente el cuerpo en sí mismo. (...) Douglas hizo del análisis cultural del cuerpo un tema central en la propia teoría antropológica.” (Turner, 1994: 14)

¹⁹ En el apartado dedicado a la Sociedad dirá “El ser humano es social en forma distintiva [con respecto a otros animales]. Fisiológicamente, es social en relativamente pocas reacciones” (1999: 261). Esto quiere decir, para Mead lo fisiológico en la persona no es social, sólo el *self* y sus posibilidades reflexivas lo son. Es aquí donde discrepamos, puesto que consideramos que lo fisiológico es social, es vinculante entre las personas; y es socio-lógico, el *logos* del *socius*, es decir, habla de ese vínculo, de qué lo constituye.

igualmente, parte de lo fisiológico de nuestro existir, pero ya sería distinta de esa forma genuina y primigenia, como una fisiología domesticada.

Aunque Goffman no entre tampoco en estas disquisiciones, sí tomará en cuenta la representación del cuerpo como parte fundamental para la actuación del *self*. En Goffman el cuerpo pesa, sociológicamente hablando, está cargado de información social, cuyo control forma parte de la constitución y mantenimiento de la identidad social (Goffman, 1993: 72 y 73); sería la parte expuesta del ser, por usar la terminología de Jean-Luc Nancy (2003). El *estigma* sirve al sociólogo canadiense para profundizar en la importancia psicológica y cultural de los cuerpos, de cómo a través de ellos funciona el sistema clasificatorio que apuntaba Mary Douglas (1991) en *Pureza y Peligro*. En Goffman encontramos las raíces del conflicto del pueblo de los espejos, que da nombre a este estudio, el conflicto entre lo que vemos de nosotros en ese espejo y lo que somos realmente:

En aquel tiempo, el mundo de los espejos y el mundo de los hombres no estaban, como ahora, incomunicados. Eran, además, muy diversos; no coincidían ni los seres ni las formas. Ambos reinos, el especular y el humano, vivían en paz, se entraba y se salía por los espejos. Una noche, la gente del espejo invadió la tierra. Su fuerza era grande, pero al cabo de sangrientas batallas las artes mágicas del Emperador Amarillo prevalecieron. Éste rechazó a los invasores, los encarceló en los espejos y les impuso la tarea de repetir, como en una especie de sueño, todos los actos de los hombres. Los privó de su fuerza y de su figura y los redujo a meros reflejos serviles. Un día, sin embargo, sacudirán ese letargo mágico. (Borges y Guerrero, 2008: 25)

De esta fábula dice Baudrillard que es “la alegoría de la alteridad vencida y condenada al destino servil de la semejanza. (...) Detrás de cada reflejo, de cada semejanza, de cada representación, se oculta un enemigo vencido” (2009a: 201). Y si lo vemos así, si pensamos en que ese reflejo ante el que invertimos tanto tiempo, tanto de nosotros, oculta el enemigo vencido, el cuerpo vencido, ¿qué lo oculta?, ¿qué permite que no veamos ni sintamos nuestras propias heridas?, ¿qué es capaz de inferir a un cuerpo debilitado de un aura de salud?

Tomemos dos ejemplos extremos: los *cutters* y el Síndrome de Cotard. Los *cutters* son personas que sienten una necesidad irresistible de hacerse daño, cortarse, etc.; es una práctica asociada principalmente a la adolescencia y relacionada con contextos individuales de fuerte represión (de ahí que los *cutters* manifiesten, y justifiquen su práctica

por, un alivio al auto-lesionarse)²⁰. Al referirse a ellos dice Žižek que se trata de un

fenómeno estrictamente paralelo a la virtualización de nuestro entorno: representa una estrategia desesperada de regresar a lo Real del cuerpo. Como práctica, el cutting debe contraponerse al tatuaje normal, que garantiza la inclusión del sujeto en el orden simbólico (virtual); el problema de los cutters es el opuesto, es decir, la afirmación de la propia realidad. Lejos de ser suicidas, lejos de expresar un deseo de autoaniquilación, el cutting es un intento radical de recuperar un asidero en la realidad o (y éste es otro aspecto del mismo fenómeno) de asentar de manera firme el yo en la realidad corporal, contra la ansiedad insoportable que produce el percibirse uno mismo como no existente. (Žižek, 2005: 14)

En el Síndrome de Cotard el afectado siente que su cuerpo ha fallecido o está próximo a ello, que sus órganos no funcionan y están en estado avanzado de putrefacción (en casos más avanzados puede llegar incluso a la alucinación olfativa); niegan existir o que sean ya capaces de una muerte natural (Gardner-Thorpe, 2002). Se trata de un caso de *des-realización* depresiva y nihilista, en el que el paciente niega su corporalidad y a partir de ello, su *self*.

Como puede verse, en ambos casos la realidad corporal está en duda, y por extensión la realidad personal, el *self*; el reflejo se ve borroso o deja de verse. Quien sufre el Síndrome de Cotard se entrega a esa duda, la acepta y llega a oler su carne putrefacta. Los *cutters*, como vimos, traen a la realidad a través del *shock* del dolor, se *realizan* a través de ello, así materializan su cuerpo; como encender una luz y encontrarse, ahora sí, con un espejo limpio. Ambos ejemplos²¹ sirven para explicar lo indisociable de nuestro cuerpo y el *self*. Y en ello está implicada su imagen, la idea del cuerpo que construimos para enfrentarlo a los demás, como una alienación, al maquillar todo ese resbaladizo *cuerpo sin órganos* (Deleuze y Guattari, 2009), al darle forma de organismo. La fábula de Borges continúa:

Después, irán despertando las otras formas. Gradualmente diferirán de nosotros, gradualmente no nos imitarán. Romperán las barreras de vidrio o de metal y esta vez no serán venidas. (Borges y Guerrero, 2008: 25)

Recordemos la interpretación de Baudrillard: se trata de la revancha de la alteridad, de ese momento en que la fantasía del espejo se rompe. Pero habíamos dicho que algo oculta la posibilidad de ver lo mal que está nuestro cuerpo (y que estamos nosotros). Lo que oculta la realidad y mantiene la fantasía, los pómulos firmes y tersos, es nuestra

²⁰ Para profundizar en esta práctica y su etiología remitimos a Golston, Sergeant y Mayfield (2006): “Suicidal and Nonsuicidal Self-Harm Behaviors”. También, desde una perspectiva sociológica ver Pitts (2000) “Body modification, Self-Mutilation and Agency in Media Accounts of a Subculture”.

²¹ Otro ejemplo de esta disociación entre *self* y cuerpo, al que le dedicaremos tiempo más adelante, es la anorexia nerviosa.

sociedad, la sociedad del espectáculo, que media entre nosotros y el espejo. Por eso la sociedad se grava en los cuerpos, porque se trata de la lente, de las lentes, que permiten ver sólo una parte de la realidad de nuestro cuerpo, de nuestra realidad. Lo que marca los dos ejemplos anteriores es la muerte: el *cutter* siente vértigo ante la posibilidad de no morir, y eso es justamente lo que angustia al paciente con Síndrome de Cotard, la imposibilidad de morir. El conjunto de lentes que impone la sociedad del espectáculo entre nosotros y nuestro espejo produce esa misma fantasía: nunca envejecer, siempre seremos vigorosos y sanos y bellos, la decrepitud no existe en esta sociedad. Y si no existe la muerte, ¿cómo podremos darnos la existencia?²² Muchos sostienen que es justamente eso, el conocimiento de la propia muerte, lo que nos distingue de los demás animales, y que nos fuerza a proyectarnos hacia ella, a darle un sentido al existir. Ese es el problema de vivir en una fantasía de juventud, en una fantasía de inmortalidad y únicamente pulsión de *Eros*; no es que la vida carezca de sentido, la fantasía funciona en darle la apariencia de sentido, pero no hay manera de darse un sentido, *Eros* ya no se sobrepone a *Thanatos*, se sobrepone a sí mismo, el cuerpo se vuelve *autotélico* y deja de funcionar como el *ahí* del *ser*, por eso la desrealización, por eso este estudio, esta crítica a una sociedad del espectáculo eterno, del deseo mecánico y la indiferencia a la muerte y, por ello, a la vida.

En este capítulo hemos tratado la sociología del cuerpo, sus presupuestos básicos y los elementos principales que contribuyeron a su desarrollo. De estas reflexiones en torno a los aportes de Mauss (1991), Bourdieu (2007) y Foucault (2010), hemos llegado a la idea de cuerpo como una construcción socio-cultural, que surge junto con el proceso de construcción y reconstrucción constante de nuestra subjetividad. Es decir, el cuerpo como la parte expuesta de nuestro ser (Nancy, 2003), pero también el cuerpo como un microcosmos de la sociedad (Douglas, 1991). Para ello también hemos revisado brevemente la tradición interaccionista simbólica, rescatando principalmente el aporte de Goffman (1993) acerca del estigma. Por último, hemos postulado que, en nuestra sociedad actual, el consumo nos aleja de la aprehensión de la muerte, derivando en la construcción de cuerpos autotélicos, inauténticos, que nos impiden darnos completamente el ser.

²² Baudrillard sostiene que ante esta imposibilidad de aceptar la muerte, de integrarla en la vida, lo única posibilidad será, en un mundo de puras apariencias, des-aparecer (1997: 40)

2-La lente

En este capítulo continuamos con el desarrollo de la sociología del cuerpo, profundizando en la parte más estructural de la constitución de la corporalidad. En el primer apartado nos centraremos en la forma en que la sociedad se marca en nuestros cuerpos y que permite que éstos la expresen, así como la forma actual de nuestra sociedad y su influencia en los cuerpos. El segundo apartado está dedicado a desarrollar la relación entre publicidad y biopolítica, como una forma de entender la imposición de los cánones corporales que son, también y como demostraremos, cánones morales. Por último, profundizaremos un poco más en nuestra actualidad, preguntándonos por los mitos esenciales que se sostienen en el consumo.

2.1-Las marcas de la socialización: la relación entre la sociedad y los cuerpos

El hombre de que se nos habla y que se nos invita a liberar es ya en sí el efecto de un sometimiento mucho más profundo que él mismo. Un 'alma' lo habita y lo conduce a la existencia, que es una pieza en el dominio que el poder ejerce sobre el cuerpo. El alma, efecto e instrumento de una anatomía política; el alma, prisión del cuerpo.²³

Michel Foucault, *Vigilar y castigar*.

Este apartado intentará presentar una idea de sociedad, una interpretación, fruto de algunos aportes relativamente recientes en sociología y filosofía –principalmente dentro de los llamados Posmodernos, tales como Baudrillard, Bourdieu, Foucault, entre otros–. Una idea que aquí consideraremos como actual y que explica, y al mismo tiempo es, el contexto del que surge nuestro análisis sobre el cuerpo. Del cual no nos alejaremos demasiado, pues intentaremos comprender mejor la forma en que la sociedad, como decía Mary Douglas, se *grava* en los cuerpos (1991: 134)

Estamos hablando, a grandes rasgos, de las formas de la socialización, de las marcas que dejan en nuestros cuerpos. Parte de esto lo hemos adelantado en la introducción con tres ejemplos: la teoría del dominio muscular en Freud; los pies cuasi-mutilados de algunas *geishas* en el Japón pre-industrial; o los cráneos deformados, o mejor expresado, culturalmente re-formados, en Egipto y en Centro y Sud América. Estos dos últimos ejemplos son, en buena medida, los más gráficos, palpables. Sin embargo, el ejemplo de

²³ Foucault utiliza la palabra francesa *assujétissement*, tanto para hablar de subjetivación como de sometimiento, que en su obra funcionan como una misma cosa; es decir, son tanto el devenir del sujeto como su misma sujeción; y que se realiza, en el sentido anglosajón que ya aclaramos más arriba, sobre todo a través del cuerpo (Butler, 2010: 95).

Freud nos acerca a la profundidad que queremos dar a nuestro análisis sobre la corporalidad: las marcas no son siempre visibles, puesto que tienen que ver con el funcionamiento mismo, incluso involuntario, del cuerpo. No por ello estamos descartando los aspectos más epiteliales de la socialización, puesto que estaríamos dejando de lado un aspecto sumamente complejo de estas marcas, sino que apuntamos a llegar al fondo, socio-corporalmente hablando, de la cuestión. Es decir, entender que las *técnicas corporales* de Mauss (1991) son también una marca, una *gravación* de la sociedad en nuestro cuerpo, y que al mismo tiempo son una *tecnología del yo*, un *habitus* con el que nos damos al mundo partiendo de ese punto medio inabarcable entre el sujeto y lo social.

Otro ejemplo muy remarcable y de gran calado subjetivo y social es el de la ablación del clitoris en algunos países de Oriente Medio y África, entre otros. Se trata de un rito de paso, es decir, la manera de poder entrar a formar parte de la subjetividad que exige una determinada sociedad; con un matiz, el de la voluntad del iniciado, que en este caso sería inexistente, pues es una imposición, y una imposición de subjetividad, de corporalidad. El rol y la imagen de la mujer en estas sociedades cuaja en este ritual y les dice: “no sentirás placer, no estarás completa, tu cuerpo no te pertenece”; o, dicho con otras palabras: “tu subjetividad, tu forma de sujetarte al mundo, no es tuya, no depende de ti”. La sociedad se grava en el cuerpo de estas niñas que son, entonces, una sociedad sin cuerpo, como una cáscara vacía.

Pero también encontramos estos ejemplos en la sociedad Occidental tardocapitalista. Pensemos en el caso de la anorexia nerviosa fruto de las “exigencias” sociales en lo referente a la talla corporal y que afecta entre un 0,3% y 0,5% de la población joven de España, especialmente a las mujeres²⁴. Es también un caso de imposición de subjetividad por medio de una deformación o re-formación cultural del cuerpo como intento de adaptación-integración a los cánones corporales, y de felicidad, con los que la publicidad no deja de bombardearnos. Si bien admitimos, con respecto al ejemplo anterior, el matiz de la voluntad de los *iniciados*. Pensemos que en el caso de estos trastornos alimentarios, por más que sean considerados como trastornos mentales, son producto de la influencia de un entorno que prácticamente fuerza al régimen y las autoexigencias de talla como una forma de integración en la sociedad (Gracia, 2010: 94), pero se trata de

²⁴ Fundación Imagen y Autoestima (2008), *Cuando no gustarse hacer enfermar*, p. 6. Además la Anorexia Nerviosa se asocia a un riesgo de mortalidad del 10% (p. 8).

ver, también, que esta autolesión es una forma de la disciplina moral (Turner, 1982: 268) que, aunque no impuesta, es siempre *sugerida*:

La mística de la línea, la fascinación de la delgadez influyen tan profundamente porque son formas de la VIOLENCIA, porque en ella se sacrifica propiamente el cuerpo, a la vez que se lo congela en su perfección y se lo vivifica violentamente como en el sacrificio. En este mística de la línea, todas las contradicciones de la sociedad actual se resumen en el nivel del cuerpo. (Baudrillard, 2009b: 175)

En *Vigilar y castigar* Foucault plantea esta cuestión, la de las marcas de la sociedad en los cuerpos, a partir del suplicio de Damians, puesto que cada uno de los minuciosos elementos de la tortura contenía un símbolo de la Francia del Siglo XVIII; el suplicio mismo es un espectáculo, una representación teatral (Foucault, 2009a: 16). El cuerpo allí es la metáfora del crimen, pero en él también se escribe la historia, se escribe el crimen sobre el cuerpo de Damians; al mismo tiempo que se escribe cómo era esa Francia, cómo era ese Siglo, en el cuerpo político, en la moral de la población. Mary Douglas lo plantea de la siguiente forma: “Los ritos públicos pueden expresar preocupaciones públicas, (...) pero los ritos públicos que se representan en el cuerpo humano se consideran como expresivos de las preocupaciones personales y privadas” (Douglas, 1991: 133); y continuará, más adelante, diciendo que “Los ritos actúan sobre el cuerpo político mediante el instrumento simbólico del cuerpo físico” (1991: 150). Por eso el cuerpo se sitúa ahí, también en Mary Douglas, en el medio, en la frontera entre lo interno y lo externo:

El cuerpo físico es un microcosmos de la sociedad, que se encuentra en el centro de donde emana el poder, que reduce o aumenta sus exigencias en relación directa con la intensificación o relajamiento de las presiones sociales. (...) Pero al mismo tiempo el cuerpo físico por virtud de la norma de pureza se conceptúa como opuesto al cuerpo social. Sus exigencias no sólo se subordinan a las exigencias sociales, sino que se consideran contrarias a estas últimas. La distancia que exista entre los dos cuerpos corresponderá al nivel de presión que ejerza la sociedad y a la coherencia de sus clasificaciones. (Douglas, 1988: 97)

En el capítulo anterior sosteníamos que nuestro reflejo es, siguiendo a Baudrillard, el signo de la alteridad vencida y condenada a la similaridad masificada, y que la imagen reflejada real es cada vez más distinta del cuerpo real, pero que dicha distorsión está salvada por la lente que es la sociedad, que media entre esos dos elementos y genera una ilusión de nitidez que oculta nuestras heridas. En *Lo Abierto*, Giorgio Agamben (2005a) profundiza en que la cuestión distintiva del ser humano con respecto al animal, es la capacidad de reconocerse en el sí mismo (recordemos la importancia del *gnothi sauton*, conocerse a uno mismo, que señalaban los griegos). Por ello, dice que

Homo sapiens no es, pues, una sustancia ni una especie claramente definida; es, antes bien, una máquina o un artificio para el reconocimiento de lo humano. Según el gusto de la época, la máquina antropogénica (...) es una máquina óptica (...), constituida por una serie de espejos en los que el hombre, al mirarse, ve la propia imagen siempre deformada con rasgos de mono. (Agamben, 2005a: 41)

La “máquina antropogénica” sería, para nosotros, ese ajuste de dioptrías entre el cuerpo y su reflejo que produce la sociedad. Y es necesario entenderla como tal (re) producción, de la lente que ajusta y desaparece la inadecuación entre el reflejo que vemos y el reflejo que deberíamos ver, puesto que es al mismo tiempo reproducción de la actitud del espectador²⁵, y producción de las dioptrías que ocultan el desajuste entre lo que visto y lo que debería ser visto, puesto que eso, lo ocultado por la ilusión, es lo que somos, lo que necesitamos ver para reconocernos y darnos a ello.

Y aunque nosotros ya no nos entretengamos con los suplicios y torturas públicas —pese a que las cámaras en las que se ejecuta la inyección letal suelen contar con una cabina para el público—, no por eso hemos dejado de vivir como espectadores de la sociedad. Benjamin lo anticipó así:

La humanidad, que antaño, con Homero, fue objeto de espectáculo para los dioses olímpicos, ahora ya lo es para sí misma. Su alienación autoinducida alcanza así aquel grado en que vive su propia destrucción cual goce estético. (Benjamin, 2008a: 47)

Y Debord le dio un nombre y desarrollo en *La sociedad del espectáculo*:

La vida entera de las sociedades en las que imperan las condiciones de producción modernas se anuncia como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo directamente representado se ha convertido en una representación (2009: 37).

Y que es fruto de la evolución del dominio de la economía sobre la vida social, que ha pasado del *ser* al *tener*, y del *tener* al *parecer*²⁶, es decir, que toda realidad individual es elaborada por el poder social; el sujeto sólo *aparece* en la medida en que no *es* (Debord,

²⁵ En *El ocaso del pensamiento*, Emil Cioran plantea esta relación más como una transparencia que como un simulacro: “Cuanto más *sabemos* sobre nosotros mismos, más cumplimos con las exigencias de una higiene que consiste en la realización de la transparencia orgánica. Es tanta la claridad, que vemos a *través* de nosotros. Te conviertes así en *espectador* de ti mismo” (2009: 21). Es interesante la relación entre conocimiento de sí y realización de la transparencia orgánica, como un ascetismo de la *psyché* (alma) que llevaría a una iluminación que borre la materialidad del ser, entendida aquí como un obstáculo hacia el encuentro con el ser verdadero, o con dios, según sea el caso. No obstante, aquí estamos defendiendo que esa materialidad que confiere el cuerpo al ser, que da un *topología* a la *psyché*, es también el ser, el *ahí* del ser, en palabras de Jean-Luc Nancy (2003: 14 y 15)

²⁶ Veblen adelantó esta cuestión en su *Teoría de la clase ociosa*: “el criterio de prestigio impuesto por la clase alta extiende su influencia coercitiva, sin apenas resistencia, a través de toda la estructura social hasta llegar a los estratos más bajos. El resultado es que los miembros de cada estrato aceptan como su ideal de decencia el esquema de vida que está en boga en el estrato inmediatamente superior, (...) deben ajustarse al código aceptado, siquiera en apariencia.” (2008: 104)

2009: 42 y 43), o en que ha devenido simulacro, es decir, “la generación de realidad sin origen o realidad” (Baudrillard, 2004: 1)

Cada cual busca su look. Como ya no es posible definirse por la propia existencia, sólo que por hacer un acto de apariencia sin preocuparse por ser, ni siquiera por ser visto. Ya no: existo, estoy aquí; sino: soy visible, soy imagen –look, look!–. Ni siquiera es narcicismo sino una extroversión sin profundidad, una especie de ingenuidad publicitaria en la que cada cual se convierte en empresario de su propia apariencia. (Baudrillard, 2001: 29)

Ello deriva en una alienación del sujeto-espectador que “cuanto más contempla, menos vive, cuanto más acepta reconocerse en las imágenes dominantes de la necesidad, menos comprende su propia existencia y su propio deseo” (Debord, 2009: 49). En otras palabras, se trata de una sociedad que desrealiza, produce consumo de alienación, que dificulta o impide la realización del sujeto por el sujeto, y que la impone por medio del deber del consumo, de la obligación del ocio; que genera sujetos-espectadores que viven en la *expectación*, al mismo tiempo como únicamente espectadores y expectantes²⁷, atentos al espectáculo de forma que tal actitud de expectación termina conformando parte del ser; un ser siempre incompleto, que necesita actualizaciones para mantenerse fuera del terror existencial de la muerte. De ahí el éxito de aquellos objetos de consumo que, más que calidad, prometen el *up-to-date* constante, el camino sin fin hacia la plenitud que nunca se alcanza, porque cuando el producto llega a su versión final, el mercado lanza su nuevo modelo que siempre rompe radicalmente con el anterior, rompe con el *trayecto*, guarda de él únicamente lo mejor y, sobre todo, la promesa de expectación a esa mejora interminable: “no alcanzarás la felicidad... a menos que te actualices a la última versión”.

Y es necesario comprender la ruptura que implica este funcionamiento del mercado de consumo. Pensemos en el modelo y definición del deseo que impone. Si en la sociedad Industrial el deseo funcionaba como una carencia por un objetivo a largo plazo, en ocasiones toda una vida, en la sociedad posmoderna no existen las promesas a largo plazo; el placer de la consecución de un objetivo o de la posesión aparente de un objeto funciona a través de una dosificación intensa pero de corta duración (Gil Rodríguez, 2005). Puede verse también en el cambio en la idealización y modelos del éxito. La *leyenda* de Henry Ford está asentada en el hombre de edad y experiencia que supo aprovechar el

²⁷ Esto nos remite al concepto de *liminalidad* de Victor Turner (1988) y las *personae* liminales: “puede representarse como seres totalmente desposeídos (...), no tienen status, propiedades, distintivos (...). Su conducta suele ser pasiva o sumisa; deben obedecer implícitamente a sus instructores y aceptar cualquier castigo que pueda infligírseles, por arbitrio que sea, sin la menor queja.” (p. 102). Se trata de una forma de la *personae* que *está sin ser*.

momento y que dedicó su vida entera a su objetivo. El modelo actual de éxito es el de *Operación Triunfo*, la suma del golpe de suerte casi instantáneo y el esfuerzo anodino, pero que deriva en un éxito –entendido como la adquisición de fama, es decir, la potencialidad de ser parte de lo-que-hay-que-conocer–, puntual y muchas veces infructuoso, puesto que una vez alcanzada la cima, con bastante juventud, ya no habrá una leyenda personal que pueda mantenerlos allí. Las estrellas del deporte son otro modelo muy extendido del *ethos* del éxito: todos son jóvenes y fuertes, y su decadencia es producida por la baja en su rendimiento publicitario más que deportivo. Los futbolistas de más de 40 años son la imagen anacrónica de una época (de un “estilo”), a los que, con suerte, queda la posibilidad de una pequeña columna en algún periódico deportivo o alguna polémica sobre la actualidad del fútbol, opinando siempre desde su experiencia que, ante los fanáticos actuales, es considerada como un desvarío. Lo cual acerca otro aspecto esencial de estas *stars*, como es su dependencia vital del público, de la ilusión de masa. Ford necesitaba, además de una masa consumidora y trabajadora, un gran esfuerzo por su parte para ganarse a dicha masa, una glosa discursiva que diera sentido a su autoidentidad; para vender su empresa, además de su leyenda, necesitaba *hechos*.

Las estrellas actuales dependen de la repetición de su nombre, su existencia es prácticamente mensurable en la cantidad de repeticiones de su álbum, o nombre, o canción o escándalo público; sin ello, dejan de existir. Y lo significativo es justamente que ellos y ellas terminan convirtiéndose en aquello de lo que hay que hablar –en símbolos paradigmáticos–, y en aquello que genera el simulacro de masa²⁸, de la ilusión de sociedad. Y es de esta forma como termina funcionando también el modelo de público crítico de cara a la política, la política como una de tantas partes de *lo-que-hay-que-hablar*, que moviliza tanto un tropel en contra de una guerra contra Afganistán como un tumulto de gente recibiendo a una *pop idol*. Por otra parte, también es remarcable el hecho de que todas estas grandes figuras, del deporte, del espectáculo, de los negocios o la política, cuenten con biografías escritas a edades cada vez más jóvenes²⁹, como un esfuerzo por

²⁸ “En lo esencial, las masas actuales han dejado de ser masas capaces de reunirse en tumultos; han entrado en un régimen en el que su propiedad de masa ya no se expresa de manera adecuada en la asamblea física, sino en la participación en programas relacionados con medios de comunicación masivos. (...) Ahora se es masa sin ver a los otros. El resultado de todo ello es que las sociedades actuales (...), han dejado de orientarse a sí mismas de manera inmediata por experiencias corporales: sólo se perciben a sí mismas a través de símbolos mediáticos de masas, discursos, modas, programas y personalidades famosas” (Sloterdijk, 2002: 16 y 17)

²⁹ Un ejemplo excepcional de todo esto es la biografía de la estrella *teen* Justin Bieber, *First step 2 forever* [Primer paso al para siempre], de sólo 16 años al momento de ser publicada, y que cuenta la supuesta historia de este adolescente mediático antes de que su existencia fuera relevante, y mucho, para una gran

dotar de Historia a algo que no lo tiene, debido a su corta edad; y que se equipara al esfuerzo por dotar de legitimidad fáctica a los grandes momentos de la masa actual que, como una *pop star*, dependen de la repetición, de la presencia en los medios. Necesitan ser parte del *sinóptico* que Bauman (1998) contrapone al *panóptico* de Bentham, ser parte de eso que muchos miran porque hay que mirarlo, hay que conocerlo. Por eso es un sinóptico: muchos miran a, y se reconocen en, unos pocos. Entonces la Revolución, la *emancipación* por la que todos claman, pasa a depender, casi exclusivamente, de su fama, que le otorga su fuerza –medida como “capacidad para preocupar a las instancias visibles del poder”; “capacidad para ser susceptibles de ser apaleados por los antidisturbios”–, y ya no sus contenidos, de eso ya se encargarán los biógrafos.

Giorgio Agamben en *Profanaciones*, citando a Juan XXII y su bula *Ad conditorem canonum*, expresa esto desde la óptica del uso:

‘El acto mismo del uso no existe en la naturaleza ni antes de ejercerlo ni mientras se le ejerce ni después de haberlo ejercido. El consumo, en efecto, incluso en el acto de su ejercicio, es siempre ya pasado o futuro y, como tal, no se puede decir que exista en la naturaleza, sino sólo en la memoria o en la expectativa. Por tanto no puede ser tenido sino en el instante de su desaparición’. (Agamben, 2005b: 108 y 109).

De ahí también la infelicidad que produce un vuelco casi por entero a un consumo que no permite el uso de lo que vende, puesto que se mantiene en un estado de propiedad, ya que nunca llegamos a tener del todo un objeto que está constituido por la *incompletud*, siempre futuro, presente, y pasado amenazador; pero que siempre mantiene esa sustancia temporalmente insustancial del objeto cuya promesa de ser habita en un futuro ficticio³⁰. En esta caracterización que tratamos de hacer de la sociedad del espectáculo, nos resulta especialmente interesante el ensayo póstumo de Benjamin, “El capitalismo como religión” (2008b), que Agamben recupera en la obra citada, y en el que el filósofo alemán postula que el capitalismo “es en sí mismo y esencialmente un fenómeno religioso, que se desarrolla de modo parasitario a partir del cristianismo” (Agamben, 2005b: 104); y que se define por ser una religión cultural, en la que todo tiene significado únicamente

porción de los adolescentes del mundo. Es de señalar, de cara a lo que veníamos apuntando, esa búsqueda por el primer paso al *para siempre*, no sólo por ese canto a la eternidad, sino por esa creación cultural que convierte a alguien irrelevante en *alguien*.

³⁰ En su “Post-scriptum sobre las sociedades de control”, Deleuze profundiza en esta cuestión, en esta formación permanente que nunca da en sujetos completos, y que supone el paso de las sociedades disciplinarias foucaultianas a las sociedades de control: “El departamento de ventas se ha convertido en el centro, en el “alma”, lo que supone una de las noticias más terribles del mundo. Ahora, el instrumento de control social es el *márketing*, y en él se forma la raza descarada de nuestros dueños. El control se ejerce a corto plazo y mediante una rotación rápida, aunque también de forma e ilimitada, mientras que la disciplina tenía una larga duración, infinita y discontinua.” (Deleuze, 1996: 283 y 284)

en referencia al cuidado del culto; que se trata, además, de un culto permanente, el espectáculo no tiene fin –como la actualización–, y que existe un único ininterrumpido día de fiesta, del cual forma parte el trabajo como celebración; y, por último, este culto no orienta a la redención de una culpa sino, siempre y circularmente, a la culpa misma (Agamben, 2005b: 105).

Posiblemente encontremos en la celebración pública del deporte uno de los mejores ejemplos de lo que venimos diciendo; el fútbol, por ejemplo. En el fútbol el cuerpo es al mismo tiempo el objeto, los sujetos, la estructura actuante y el tiempo. Y el trabajo, el que desarrollan los deportistas, vuelve ambiguos los límites entre lo festivo y su trabajo. El cuerpo de los deportistas carga más símbolos que la camiseta de su equipo, son cuerpos vigorosos, cuerpos profesionalizados, útiles para un único fin: el espectáculo. Pero en esos cuerpos también encarnan unas estrategias y unas posibles variaciones sobre las mismas; en la suma de las estrategias los cuerpos se funden en un solo cuerpo que es el equipo, funcionando ya como un organismo. Pero en el fútbol los espectadores también forman parte del espectáculo, no sólo influyen en el juego, apoyando o no a su equipo o intentando molestar al otro –de ahí que no se retransmitan desde un aséptico estudio de televisión–, sino que son parte del goce estético que esconde el fútbol, son los *personae liminoides* de los que hablaba Victor Turner (1988: 102); están en el espectáculo sin que les afecte, están sin ser. Por eso la metáfora que más nos interesa del fútbol es la del espectador que no sabe que su mero *expectar* es parte del espectáculo, que dentro de todo el *show*, también se disfruta a sí mismo, sin llegar a reconocerse; a eso mismo se refería Benjamin.

Ahora tratemos de unir las dos cuestiones que hemos tratado hasta el momento, las marcas de la socialización y la sociedad del espectáculo. ¿Cabe pensar que esa forma del *expectar* que se imprime en nosotros como la manera de afrontar el mundo y el *self* es también una *técnica corporal*, una marca de nuestra socialización? Creemos que sí. Para demostrarlo basta pensar en poco en cómo se dan estas marcas en la actualidad occidental. Por ejemplo, y relacionado con el cuidado de la imagen del cuerpo, el maquillaje. Si atendemos a la conceptualización de Mauss (1991), el maquillaje, circunscrito a su tradición occidental reciente, es un acto tradicional y eficaz. No vamos a entrar ahora en

las consideraciones sobre la eficacia del maquillaje en un sentido utilitarista³¹; sino que vamos a mantener el sentido de Mauss, como la mejor de las formas de llevar a cabo dicho acto (lo que alude al mismo tiempo a su tradición, a su recorrido de mejora de la *techné*). ¿Acaso no es el maquillaje, actualmente, una técnica corporal, una *tecnología del yo* u *habitus*; al igual que lo es el comer, el dormir, el hablar o el bailar? Se trata, entonces, de preguntarse qué es lo que imprime el maquillaje en las personas, qué nos imprimimos al maquillarnos, al perfumarnos y construir otro cuerpo para nosotros y los demás; qué sociedad se esconde ahí.

2.2- Publicidad y biopolítica

En el primer capítulo adelantábamos que, dentro de los posibles elementos que justifiquen este énfasis en la sociología del cuerpo, dos de sus pilares esenciales son la expansión de la sociedad de consumo y, con ello, de la publicidad como forma única y unidireccional de información por parte del productor hacia los cuerpos-consumidores, junto con la conceptualización foucaultiana de *bio* y *anatomo* política. Y lo son puesto que aluden a los mecanismos del sistema capitalista actual para *gravarse* en los cuerpos con su signo. Al preguntarnos por la sociedad que consumimos –como haremos en el siguiente apartado–, en dicha publicidad y objetos, encontramos algunos de los contenidos ideológicos de dicho signo. En este apartado nos ocuparemos de relacionar el concepto de biopolítica y, dentro de éste, la microfísica del poder, es decir, la anatomopolítica, con el mundo publicitario.

Ocupémonos primero de los conceptos, ya mencionados, de biopolítica y anatomopolítica. Este par de conceptos está presente en gran parte de las obras del filósofo francés Michel Foucault. Concretamente en el primer tomo de la *Historia de la sexualidad*, Foucault traza el recorrido que lleva del *poder de soberanía*, al poder sobre la vida o *biopoder*³². En un primer momento, sostiene, el poder soberano tenía la característica de ser un poder sobre la vida y la muerte, derivado de la forma del derecho romano antiguo de la *patria potestas*, es decir, un poder disponer de la vida de los hijos o los esclavos,

³¹ Katherine Hakim en *Capital erótico* (2012) utiliza este enfoque utilitarista de la imagen corporal-erótica, que la lleva a considerar y conceptualizar un capital erótico, a la manera de Bourdieu y su capital cultural, como una alienación que es útil de cara a objetivos personales, económicos, etc.

³² A ello dedicó también algunas de sus lecciones en la *Genealogía del racismo* (1992), así como todo un curso en el Collège de France sobre el *Nacimiento de la biopolítica* (2009b).

puesto que ésta era dada por el soberano o *pater familiae* (Foucault, 1987: 163). Por eso, como tal disposición, su derecho era, más que dar la vida, disponer de esas vidas; pero no injustificadamente, sino únicamente en los casos en los que la vida misma del soberano se encuentra en peligro. Es, por tanto, un poder de dar muerte, puesto que el ejercicio del poder soberano sólo puede actuar sobre la vida del sujeto por medio de la muerte. Por ello, dirá Foucault, se trata del poder de “*hacer morir o de dejar vivir*” (1987: 164). El soberano entonces, por medio de la integración al sistema, otorga la vida política a cambio de la vida fisiológica, de la que se apodera para poder dar o no muerte:

¿Qué significa tener derecho de vida y muerte? (...) significa que, en las confrontaciones del poder, el sujeto no es sujeto de derecho ni vivo ni muerto. Desde el punto de vista de la vida y la muerte, el sujeto es simplemente neutro, y sólo gracias al soberano tiene derecho de estar vivo o estar muerto. (Foucault, 1992: 248)

Esta forma del poder soberano fue continuada, a lo largo del Siglo XIX, por el nuevo derecho del soberano de *hacer vivir y dejar morir*. Estas dos formas, hay que aclararlo, no se contraponen, lo nuevo no sustituye a lo viejo, sino más bien lo modifica, lo *mejora* (1992: 249). Esto viene dado por el cambio que produce, en la esencia del poder, la necesidad de convertirse en un poder productivo:

El occidente conoció desde la edad clásica una profundísima transformación de esos mecanismos de poder [el poder de hacer morir y de dejar vivir]. (...) un poder destinado a producir fuerzas, a hacerlas crecer y ordenarlas más que a obstaculizarlas, doblegarlas o destruirlas. (Foucault, 1987: 164 y 165)

Como bien apunta Turner, este cambio puede encontrarse también en el aporte de Engels y su obra sobre *El origen de la familia, la propiedad privada y el Estado*, “que sostuvo que la interpretación materialista de la historia consideraba la producción y reproducción de la vida inmediata como el factor determinante de las sociedades” (Turner, 1989: 62). Entonces, la tarea, o el derecho, del poder soberano, es la de asegurar y proteger la vida, multiplicarla, de forma que el Estado pasa a ser responsable de la reproducción de la especie. Y no olvidemos que esto no elimina el derecho de dar muerte, del cual se mantendrá como único benefactor, y que empleará, también, para defender este nuevo poder sobre el *hacer vivir*.

Este hacer vivir, para poder desarrollarse, requiere dos formas de poder desarrolladas durante el Siglo XVII y XVIII, técnicas centradas en el cuerpo, ya individual o en grupo, las cuales interactúan entre sí, potenciándose. Se trata de organizar (*Vigilar*) y disciplinar (*Castigar*) los cuerpos, volverlos a lo racional. Estas disciplinas son lo que Foucault

dio en llamar *anatomo-política* del cuerpo humano (1987: 168), que necesita de una concepción cartesiana del cuerpo como máquina. F. W. Taylor es nuestro exponente de esta forma de poder, pues su idea de *Management Científico* lleva al extremo el estudio y aplicación de la disciplina, y su gestión, en los cuerpos. Tal y como se extrae, por ejemplo, de las “Responsabilidades de los *managers*”:

Primero. Elaboran una ciencia para la ejecución de cada una de las operaciones del trabajo, la cual sustituye al viejo método empírico.

Segundo. Seleccionan científicamente a los trabajadores, les adiestran, les enseñan y les forman, mientras que en el pasado cada trabajador elegía su propio trabajo y aprendía por sí mismo como mejor podía.

Tercero. Colaboran cordialmente con los trabajadores para asegurarse de que el trabajo se realiza de acuerdo con los principios de la ciencia que se ha elaborado.

Cuarto. El trabajo y la responsabilidad se reparten casi por igual entre el management y los obreros. (Taylor, 1970: 52)³³

En Foucault esta anatomopolítica se conoce también como la microfísica del poder, tal y como apuntamos en el primer capítulo, y que implica que “el poder que en ella se ejerce no se conciba como propiedad, sino como estrategia” (2009a: 33), que es lo que propondrá el mismo Foucault en *Vigilar y Castigar*, y que dará pie a toda una nueva teoría sobre el poder contenida y desarrollada en *La voluntad de saber* (1987: 114-117), que más tarde Deleuze tematizará en los siguientes postulados (Morey, 2008: 10-13):

-Postulado de propiedad: el poder no es una propiedad, sino una estrategia.

-Postulado de localización: el poder no es el poder del Estado, no es éste su lugar privilegiado, y dicho poder sólo proviene de un efecto de conjunto.

-Postulado de la subordinación: reformula la tesis marxista sobre la relación entre la forma de dominación con respecto a los modos de producción. Deleuze propone, en base a Foucault, “abandonar el modelo del espacio piramidal trascendente por el espacio inmanente hecho de segmentos” (Morey, 2008: 11).

-Postulado del modo de acción: trata de romper con la idea del poder dominador a través de la represión y la ideología. La esencia del postulado es el poder como pro-

³³ La crítica de Simon y March a Taylor en *Teoría de la Organización*: “El interés de sus estudios se centró en la mejor utilización del cuerpo humano como adjunto o servidor, casi como elemento integrante, de la propia máquina” (Serra Ramoneda en Taylor, 1970: 14)

ductor de lo real; se trata de la transformación técnica de los individuos a través del dispositivo binario de normalización.

-Postulado de legalidad: más que considerar la ley como expresión del poder del Estado, debe entenderse como un procedimiento para gestionar ilegalismos (Foucault, 2009a: 277)

Quizás pueda entenderse mejor esta serie de postulados si los aplicamos a algún ejemplo concreto. Piénsese en una publicidad de cosméticos o de alguna campaña de moda. ¿Contiene esta en sí, en tanto propiedad, el poder? Bien sabemos que no, que su poder y la capacidad de hacerlo valer viene de la estrategia *detrás* de la publicidad, de la forma en que está planeado su alcance, penetración, etc. ¿Está su poder relacionado con el del Estado? Evidentemente no, viene de una acción de conjunto, fruto de sus estrategias de marketing. En cuanto al tercer postulado, es difícil separar una estrategia publicitaria de su modo de producción, puesto que en buena medida *es* su propio medio de producción. Sin embargo su poder no viene tanto de su esta relación como de lo antedicho, de tal forma puede pensarse ese “espacio inmanente hecho de segmentos”. ¿Su poder es represivo, opresor? Puede decirse que es represivo en tanto que genera subjetividades reprimidas, pero no se impone por la fuerza. Más bien produce lo real-normal para darse sentido al ejercicio de su anatomopolítica. Por último, su poder no está garantizado por la Ley, pero esta marca los límites de aquellas cosas que puede hacer. Lo que no esté en ella, como *sugerir* cánones corporales irreales, no podrá ser perseguido.

El otro plano de estas técnicas del poder, como decíamos, es el de la organización, la gestión de los cuerpos, cuya herramienta más poderosa es la tabla de frecuencias³⁴, que ubica y encasilla a los individuos (los sujeta a dicha casilla), los integra diferenciándolos entre sí, y reagrupándolos según su tipo³⁵. Visto así, el panóptico no sólo es una forma arquitectónica, sino también esa tabla de frecuencias donde el sujeto es sujeto sin quererlo, y visto sin poder ver. Es por esto por lo que el filósofo francés llega a en-

³⁴ Jack Goody en *La lógica de la escritura y la organización de la sociedad* (1990), asocia estas prácticas escriturarias al surgimiento y consolidación del Estado (siguiendo a Weber y su teoría sobre la burocracia). En especial en la relación entre escritura y economía, así como del posible origen económico o de contabilidad de la escritura; que llevará también al surgimiento de una economía de los cuerpos, como por ejemplo los censos para fines fiscales y de control en Mesopotamia (pp. 88 y 89); y que podrían tomarse como ejemplo de las prácticas de gestión de la población que Foucault asocia a la biopolítica; aunque por otra parte es algo distinto del surgimiento de la medicina social a la que alude el filósofo francés.

³⁵ Esto requiere también, como vio Foucault en *Vigilar y castigar*, de una determinada arquitectura disciplinaria (2009a: 176-182).

contrar los orígenes de la sociología en la medicina moderna³⁶, puesto que se trata de implicar esta idea de visión clasificadora a la epistemología sociológica, que da origen, además, a las primeras demografías modernas (Turner, 1989: 78). Por eso, la biopolítica se ocupa del “cuerpo-especie, del cuerpo transido por la mecánica de lo viviente y que sirve de soporte a los procesos biológicos: la proliferación, los nacimientos y la mortalidad, el nivel de salud, la duración de la vida y la longevidad” (Foucault, 1987: 168). El poder deviene *bio*-poder al encargarse, también y junto con la muerte, de la vida y del cómo del vivir:

La biopolítica extraerá su saber y definirá el campo de intervención de su poder, precisamente de la natalidad y la morbilidad, de las diversas disfuncionalidades biológicas, de los efectos del ambiente, etc. (Foucault, 1992: 254)

Con la biopolítica, entonces, surge el concepto de población como un fenómeno que es a la par biológico (científico) y de poder (político) (ídem.), y se da, además, una transformación de la imagen social de la muerte, puesto que desde las instancias del poder se busca potenciar, optimizar a la manera taylorista, la vida. La muerte pasará a ser un tabú mayor que la sexualidad (Foucault, 1992: 257) que, como vimos en el primer capítulo, se vuelve una herramienta del poder para dar con la verdad de los cuerpos, a partir de la invasión de la sexualidad en los discursos. Se trata de reducir lo íntimo únicamente a la muerte, pese a que esta formará, de todas formas, parte de lo público, pero bajo la forma de un confinamiento de lo asocial, de aquello que pone en duda –y por tanto, en riesgo– los valores esenciales de nuestra sociedad, en este caso la vida. Tal hecho se da también, como bien supo señalar Foucault, con la locura y otras formas de conciencia alternativas, que ponen constantemente en duda a la razón, y que por tanto se las confinará a los manicomios (2007: 278). El tanatorio sería, bajo esta perspectiva, el lugar en el que se “aísla” la idea de muerte, se la confina allí para que no nos invada y nos haga caer en la depresión.

Antes de continuar hacia la publicidad, es interesante contraponer brevemente, o al menos comparar, esta conceptualización del poder en Foucault frente al poder en Weber, pues guardan ciertos símiles de interés. En Weber el poder es siempre organizativo, que asocia en él tres polos: *Macht* (como “capacidad de imposición”); *Herrschaft* (“poder estructurado”); y *disciplina* (que define como práctica rutinaria, de obediencia masiva,

³⁶ “No recuerdo quién ha buscado en Montesquieu y en Auguste Comte las grandes etapas del pensamiento (*savoir*) sociológico. Es ser bien ignorante. El saber sociológico se forma más bien en prácticas tales como las de los médicos.” (Foucault, 1989: 14)

acrítica y conformista, o mejor, conformadora) (Weber, 2010: 162 y 163). *Macht*, esa capacidad de imposición, refiere a la “probabilidad de imponer, en una relación social la voluntad de uno” (ídem.), es decir, refiere a la potencialidad impositiva de la posición diferencia en la estructura. Ese “poder estructurado” se ubica más bien del lado de los obedientes, es la probabilidad de que una *Macht* sea obedecida. Por eso se solapa con el concepto de *Disziplin*, puesto que es con esas “actividades rutinarias” y conformadoras como se aumentan las posibilidades de que una *Macht* devenga *Herrschaft*, es decir, de que exista un poder (ídem.). Claro que Weber no habla de bio o anatomo-política, pero las similitudes con Foucault se encuentran en esa forma de conceptualizar el poder de forma casi puramente relacional, que se *incorpora* (por adaptar la terminología a nuestro estudio), por medio de las prácticas rutinario-disciplinarias que reproducen e interiorizan la diferencialidad jerárquica, en uno u otro sentido.

Agamben en el primer volumen de su serie sobre el *Homo Sacer* (2010), retoma esta conceptualización foucaultiana de las técnicas del poder, a lo que agrega los análisis de Hannah Arendt en *La condición humana* (2009), para dar en el concepto de *nuda vita*, que aquí nos interesa para comprender mejor el funcionamiento de esta biopolítica. Comienza señalando la diferenciación que los griegos establecían entre *zoé* (aquella vida que es común a los animales y hombres; la vida en su sentido estrictamente fisiológico) y *bíos* (la vida propia de los sujetos) (Agamben, 2010: 9). La *nuda vita* sería, para el filósofo italiano, la *zoé* pasada por el filtro de lo político, es la vida desnuda(da) de todo excepto de lo más básico (respiración, impulsos cerebrales, etc., es decir, todo aquello que hace que un cuerpo, fisiológicamente, no muera). Sin embargo, Agamben considera que estas dos formas no pueden separarse, puesto que las implicaciones de la *zoé* en la esfera política constituyen la esencia del poder soberano (2010: 15 y 16). En verdad Foucault tampoco las propone como algo, una diferenciación o un interés del poder por esta colonización, que suceda *ex-nihilo*, ni que se trate de un invento moderno; en todo caso habla de la proliferación de estas formas. Con respecto a ello como esencia del poder soberano, algo en lo que no profundizaremos aquí, volvemos a insistir en esta idea de proliferación de estas técnicas del poder. No obstante, aprovecharemos de Agamben esta llamada de atención sobre la diferenciación griega entre *zoé* y *bíos*, como una forma de profundizar en el cómo y a través de qué aspectos de nuestro vivir, lo viviente-fisiológico del vivir entra a forma parte de lo mercantilizable, consumible, a

cambio de que la *bíos*, la existencia política, vaya quedando, cada vez más, fuera de nuestra potencialidad como sujetos.

Pasemos ahora a la publicidad en tanto *logos* del objeto (Baudrillard, 2010: 175). Al preguntarnos por la sociedad que consumimos llegamos a la conclusión, siguiendo a Baudrillard, de que no sólo consumimos, o intentamos³⁷ consumir, la utilidad prometida por el objeto, sino que además, y principalmente, consumimos la publicidad que, por consiguiente, deviene objeto en sí misma (ídem.). Quizás sea ésta la demostración más interesante de la afirmación de McLuhan, “el medio es el mensaje” (Baudrillard, 2009b: 145). Es decir el medio, que en el consumo es el mundo publicitario, es su ecosistema; es en sí mismo mensaje, aunque no es arbitrario con respecto a los objetos, y porta y moviliza los sentidos de sí mismo y de sus componentes, a la vez que es objeto consumible. Teniendo en cuenta esto, tratemos de recuperar la distinción que marcamos entre publicidad como discurso del objeto consumible, y la *publicidad* como característica que hace a lo público. De esta forma, aprovechando las dos caras del concepto, es como podemos llegar a comprender mejor la unión entre publicidad y biopolítica.

Si la publicidad es el discurso que hace público el mensaje del objeto, la promesa del consumo, entonces podemos decir que la publicidad conforma, cada vez más, qué es lo público, puesto que imbuje *publicidad*. Como apunta Baudrillard, “la publicidad no tiene como mira precisamente la ‘compulsión’ de compra y el condicionamiento de los objetos, sino la adhesión al consenso social, cuyo discurso sugiere: el objeto es un servicio, es una relación personal entre la sociedad y usted” (2010: 186). Es en este sentido como la publicidad llega a devenir política³⁸. Se vuelve a la esfera de lo biopolítico por dos movimientos. *Primero*, el tratamiento personal: la publicidad, aún con el simulacro de la masa, nos habla a nosotros, nos invita, no tanto a que aceptemos lo que nos vende expresamente, sino que aceptemos que está ahí para nosotros³⁹, que está a nuestro servi-

³⁷ Remitimos a la cuestión sobre la imposibilidad del uso en el consumo, que extrajimos de Agamben (2005b: 108), y que en *Desnudez* (2010: 124) aplica también al cuerpo: “en la publicidad o en la pornografía los simulacros de las mercancías o de los cuerpos exaltan sus atractivos en la medida misma en que no pueden ser usados, sino sólo exhibidos”.

³⁸ También, como dice Baudrillard, desempeñan un enorme papel político en el sentido de que “aseguran, propiamente, el relevo de las ideologías anteriores, morales y políticas” (2010: 187). Piénsese esto en relación con esa incitación al *up-to-dated life* del que hablamos en este capítulo, más arriba, al referirnos a la sociedad del espectáculo.

³⁹ De ahí que el filósofo francés la compare con los sueños: “Como los sueños, la publicidad fija y desvía un potencial imaginario. (...) es una práctica subjetiva e individual. (...) carece de negatividad y de relatividad. (...) Así como los sueños nocturnos tienen como función preservar el sueño, los prestigios de la

cio y además gratis (eso es lo que nos termina de seducir). *Segundo*, a través de ese trato personal, nos lleva a integrarnos en lo colectivo, de una forma paradójica, puesto que al mismo tiempo nos dice: “esto es lo que hacen todos, TÚ deberías hacerlo”, pero también, “esto es lo que debes hacer para diferenciarte del resto, para ser único (*debes* ser único)” (Baudrillard, 2010: 195). Pero además de introducirnos en lo colectivo bajo la forma de una individualidad competitiva (un simulacro de sujeción⁴⁰), esa idea de colectivo, de relación con el otro desde mi *self* consumidor-hedonista, está también cargada de instrucciones: los actores en la publicidad no son sujetos objetivos (aunque objetivados, pero no son como los Robinsones de los economistas); son madres-mujeres (en las publicidades de productos de limpieza, de leche, de pañales, etc.); son objetos-mujeres (en las publicidades de cosméticos); son varones (en las publicidades de automóviles); son, en definitiva, lo que constituye la gran mayoría de los estereotipos de nuestra sociedad, y para ello nos dice también cómo debemos usarnos, usar nuestros cuerpos, a través de sus objetos, para ser eso, ser *algo*, distinto pero a la vez aceptable por todos; allí la publicidad deviene anatomopolítica.

Pero consideramos que esta es una forma errónea de entender la publicidad, fruto de la trampa que involucra en sí misma, de su pura connotación. La publicidad, además de mostrarnos unos estereotipos, conforma lo que son los estereotipos (lo que hace a un cuerpo *aceptable*) y, bajo la fórmula paradójica de la inclusión-masiva-individualizadora, nos vuelve a la forma del estereotipo: “TÚ, eres un consumidor, eres libre, ¡personalízate! Elige lo que quieres ser... dentro de estas posibilidades”. Aquí ya vemos claramente la biopolítica intrínseca a la publicidad.

La anatomopolítica, por su parte, vendría por el mecanismo objetivador-subjetivante que viene inducido por el énfasis en la personalización, en la forma de *sugerir* tecnologías del yo y, también, por el hecho del consumo como disciplina ineludible para el ser del consumidor que está, además de en la publicidad, principalmente en los objetos. El destino único de esta forma de la anatomopolítica destino es siempre el cuerpo, no sólo los cosméticos, la ropa, la higiene, hasta los detergentes son capaces de querer cuidar-

publicidad y el consumo tienen como función favorecer la absorción espontánea de los valores sociales ambientales y la regresión individual al consenso social.” (2010: 184 y 185)

⁴⁰ Planteado por Debord de la siguiente manera: “El espectáculo, que es el desvanecimiento de la distinción entre el yo y el mundo por destrucción del yo asediado por la presencia-ausencia del mundo, es también el desvanecimiento de la distinción entre lo verdadero y lo falso por represión de toda la verdad vivida en beneficio de la *presencial real* de la falsedad que garantiza la organización de las apariencias.” (2009: 174-175)

nos la piel. Todo alude a un bienestar que se justifica en tanto que salud (plenitud física), y en tanto confort que es más que la adecuación del estado del cuerpo a un estado de comodidad, puesto que se trata de un estado de “paz interior”, que tanto pueden darnos la leche de crecimiento o un combustible respetuoso con el medio ambiente, como una alfombra: “porque YO me siento bien, el mundo *está* bien”. Y al mismo tiempo esta anatomopolítica modifica los cuerpos, los vuelve potencialmente publicables (el éxito espera a la vuelta de la esquina y más nos vale vernos preparados); los integra en la esfera de lo público, incluso, y quizás especialmente, el sexo. Lo íntimo sólo es, por ahora y en tanto que tabú, la muerte. Pero cuando se vive un cuerpo *autotélico*, no puede pensarse en lo privado, es decir, en lo que se priva a las personas, a la máscara y al cuerpo queriendo ser siempre joven. Y así volvemos al principio, al sujeto que no se da el ser porque no puede asimilar la muerte (de todas formas, el ser, la posibilidad de ser, es decir, tener *virtualmente* un ser; puede *obtenerse* gracias al consumo, ¡hay mucho entre lo que elegir!).

Por último, la publicidad involucra dos conceptualizaciones sobre el estar-en-el-mundo de los cuerpos, a las que vuelve a su lógica. Primero, la temporalidad. La publicidad siempre es calendárica⁴¹, cambia con los meses, las estaciones y las modas; impone un calendario. Ella cambia para decirnos que *siempre* es un *buen* momento para consumir(nos); es decir, para sentirse parte sintiéndose único. Y lo paradójico es que tanto nos dice, y fuerza, el pasar del tiempo, como nos invita a que no pase por nuestros cuerpos, con su promesa de juventud eterna. El otro polo es el de la espacialidad, en dos sentidos: primero, la espacialidad de los cuerpos, es decir, los cánones sobre la “figura”, codificado en *tallas*, de los cuerpos. Lo cual que involucra un deber-ser de la espacialidad de los mismos, y no necesariamente asociado a tallas que rozan lo anti-corporal, sino que funciona de la misma forma que la publicidad, una distinción-inclusiva: “puedes bajar o subir de peso si quieres, pero sino, también estamos aquí para ti”, porque para que el mundo del consumo siga girando, lo esencial es que el consumidor se acepte a sí mismo, incluso en su decrepitud, pues sólo así podrá querer objetos anti-edad. En el otro polo de la espacialidad nos referimos al habitar, a la forma arquitectónica y su rela-

⁴¹ Quizás el invento más imbuido de *bio* y *anatomo* poder sea el calendario, puesto que constituye e introduce la temporalidad cíclica y lineal de los cuerpos. Esto lo vio Thompson (1984) al analizar las relaciones entre tiempo y disciplina de trabajo en el surgimiento del capitalismo, así como del devenir público del tiempo (con la expansión de los relojes en las iglesias y ayuntamientos, por ejemplo) (Cf. pp. 290-293).

ción con los cuerpos y con la forma de relacionarse con el otro y construir la sujeción; análisis que Foucault desarrolló en *Vigilar y Castigar* (2009a: 176-182).

A continuación trazaremos una breve genealogía de esta relación entre publicidad, cuerpo publicable y biopolítica. La primera parada obligada en nuestro camino hacia las ideas que acabamos de exponer es el *Doríforo* (“el que porta la lanza”), una obra del escultor griego Policleto, fechada cerca del 450 a. C. y que, junto con el *Discóbolo* y el *Diadumeno*, constituye lo que se ha dado en llamar *Canon de Policleto*, en referencia al tratado escrito por el escultor. Aquí nos centraremos únicamente en el *Doríforo* (Ilustración 1) y en el concepto de *Canon*. De esta estatua dijo Galeno que

Lo que mantiene la belleza de Crisipo no consiste en su conmensurabilidad o “simetría” de los elementos constituyentes [del cuerpo], sino la conmensurabilidad de las partes, como la que hay de dedo a dedo, así como de todos los dedos a la palma y la muñeca, y de éstas al antebrazo, y del antebrazo a la parte superior del brazo, y de hecho, de todo a todo lo demás, tal y como está escrito en el Canon de Policleto. Al habernos enseñado en su Tratado todas las proporciones del cuerpo, Policleto apoya su teoría en una obra: él hizo una estatua acorde a los principios de su Tratado, y llamó a esa estatua como al tratado, el Kanon. (De placitis Hippocratis et Platonis⁴²)

La belleza de la escultura reside en su perfección, es decir, su *proporcionalidad*⁴³, pero lo que nos interesa aquí es ver que en esa perfección se encuentra lo *bello*. Por tanto, un canon no es sólo una ejemplificación de cómo *debe* ser algo (para ser perfecto), sino también, y especialmente, la encarnación de lo que *es* bello. Y lo que representa por encima de todo el *Doríforo* es el cuerpo, un tipo particular de cuerpo: el cuerpo perfecto, paradigmático. Aclaremos esto ahora: no estamos queriendo decir que, con su escultura, Policleto estuviese diciendo a sus contemporáneos “así es como deberían ser todos los cuerpos”, ya que su tratado, el *Kanon*, trata específicamente de la *representación* del cuerpo, y el *Doríforo* no es más que una muestra de su teoría: “he aquí cómo debe representarse perfectamente un cuerpo”. Lo que debemos ver aquí es la cuestión de la belleza, el cuerpo que se hace bello por efecto de su perfección *omniproporcional*, pero sobre todo, y por encima de ello, de la aceptación social de dicho *criterio* de perfección como determinante de lo bello.

⁴² Citado en Tobin (1975). La traducción es propia.

⁴³ En una cita sobre la salud del cuerpo, Alcmeón de Crotona (Siglo VI a. C.) dice lo siguiente: “lo que preserva la salud es el equilibrio (*isonomia*) de los poderes –húmedo, seco, cálido, frío, dulce, y así sucesivamente–, en los que la dominancia (*monarchia*) de alguno de éstos engendra la enfermedad; así como el dominio de uno sólo de ellos es destructivo. La causa activa de la enfermedad es el exceso (...), [pero] puede también ser generada por causas externas (...). La salud es por lo tanto una proporcionada mezcla (*symmetron krasin*) de opuestos” (Citado en Hurwitz, 1995. La traducción es propia.)



Ilustración 1: *Doriforo* (copia romana), Policleto (en torno a 450 a. C.), Museo arqueológico Nacional, Nápoles.

Ahora pensemos en esta sociedad, imaginemos que estamos rodeados de estas estatuas que se muestran públicamente. Todos estamos de acuerdo en que el *Doríforo* es una estatua de gran belleza, que sabe expresar la potencialidad del cuerpo para representar lo que todos consideramos como bello. Ahora pensemos también en que esa belleza es deseable para todos, en que es una de tantas manifestaciones de lo “bueno”, y también, lo moralmente “bueno”. Entonces, el *Doríforo* no sólo representa lo que un cuerpo bello debería ser sino, también, y por efecto de esa asociación entre lo bueno moral y la belleza, lo que un buen ciudadano debería ser (soldado, deportista, virtuoso, etc.); o mejor dicho, *cómo se ve* un buen ciudadano, cómo entre todos los demás y sólo por su apariencia, puedo distinguir a los “buenos” de los “malos”. Y no olvidemos lo más importante, lo que culmina y certifica esta representación: el rostro. El rostro del *Doríforo* muestra su actitud serena, la moral del hombre cuaja en su semblante tranquilo pero no despreocupado, seguro de sí mismo, de que aún en la encarnación de la perfección no podemos olvidar nuestro deber de buenos ciudadanos. El *Doríforo*, por encima de todo, se siente bien consigo mismo, y ésta es la expresión del cumplimiento del deber.

Recordemos un momento a Mary Douglas. La antropóloga británica sostenía que la sociedad se *grava* en los cuerpos (1991), principalmente por medio de clasificaciones jerárquicas entre lo impuro y lo puro. Es fácil comprender ahora que Policleteo, cuando tallaba su estatua, no sólo tallaba un cuerpo, sino también una moral⁴⁴, un modelo de ciudadano público, publicable. O mejor expresado, lo que Policleteo *talla* en el mármol es la parte expuesta del ser de un buen ciudadano, talla la anatomopolítica de la sociedad griega. A partir de ahí vemos más claramente la inversión que se da entre moral y representación de esa moral: “si logro verme como un buen ciudadano, como el *Doríforo*, he de haberme convertido en un buen ciudadano”⁴⁵.

⁴⁴ “Así como es verdad que todo puede simbolizar al cuerpo, asimismo es verdad (y en mayor medida por la misma razón) que el cuerpo puede simbolizar todo lo demás. Partiendo de este simbolismo, que, al eliminar las distintas capas de significado interior, lleva finalmente a la experiencia del yo con su propio cuerpo, el sociólogo se justifica por intentar trabajar en otra dirección, con objeto de poner de manifiesto algunos estratos de la intuición acerca de la experiencia del individuo en la sociedad.” (Douglas, 1991: 142)

⁴⁵ El *Código ético* de la empresa de cosméticos L’Oréal reza: “Contribuimos a crear un mundo de belleza e imparcialidad”, a lo que siguen otros apuntes como el respeto a los Derechos Humanos (¿es que podrían no respetarlos?, ¿es un gesto de cortesía por su parte?), el respeto a la diversidad cultural y la erradicación del trabajo infantil, entre otros (Ver “El espíritu L’Oréal”, consultado en internet el día 8 de mayo de 2012 en: < http://www.loreal.com/_en/_ww/html/company/pdf/code_of_ethics_argentina.pdf>). Éste es sólo uno, entre tantos ejemplos, de la asociación entre una apariencia bella y una buena moral del, como lo llaman ellos mismos, *Espíritu L’Oréal*.

Ha de verse entonces en el *Doríforo* la idea de un ascetismo (de *askesis*, “ejercicio”) que hoy llamaríamos, equivocadamente, hedonista. Estaríamos equivocados puesto que el *télos* que encarna no es únicamente la búsqueda y maximización del placer tanto como el placer (*hedone*) como un aliciente en la búsqueda de la felicidad que trae la plenitud del ser (*eudaimonia*); para ello, como se ve en la estatua y como nos diría Aristóteles en la *Ética Nicomaquea*, debe practicarse un ascetismo de la virtud, que se alcanza por medio de unas disciplinas, ya corporales o morales, que deben cumplirse.

¿Qué podría pensar Platón de una escultura como esta? Recordemos que para el maestro de Aristóteles el cuerpo era la tumba del alma, era aquello de lo que el filósofo debería separarse para liberar su alma (Synnott, 1993: 9). Sin embargo Platón, con respecto al cuerpo es ciertamente contradictorio, no sólo que su idea de *Akademia* exigía el cuidado del cuerpo por medio de la gimnasia, en *El Banquete* ensalza el cuerpo bello como algo deseable, al mismo tiempo que advierte de los peligros de un énfasis excesivo en su cuidado. Por eso la solución se halla siempre en el equilibrio (*isonomia*). El médico Erixímaco lo expresaba así:

La naturaleza de los cuerpos, en efecto, posee este doble Eros, ya que el estado de salud del cuerpo y el de la enfermedad, según se sabe, son dos cosas opuestas y desiguales, y lo desigual a lo desigual desea y ama. Por tanto, uno será el amor que radique en lo sano y otro el que radique en lo enfermo. (...) es hermoso y hasta necesario complacer a los elementos buenos y sanos de cada cuerpo, y esto es lo que recibe el nombre de medicina. (...) Pues la medicina es el conocimiento de las tendencias amorosas del cuerpo. (Platón, 2003: 156)

¿Cómo solucionaríamos entonces esta contradicción? Recordemos que la búsqueda de Platón es la de las ideas puras; en este caso, de la belleza, pero no del cuerpo bello. Alcanzamos, o nos aproximamos, a la idea de belleza, que es en sí algo bueno, a partir del cuerpo, pero para quedarnos únicamente con la idea, y así alcanzar la separación del cuerpo, de la tumba de lo material.

Por último, con respecto a esta escultura, y como detalle significativo, es que representa un cuerpo dividido, atomizado casi si atendemos al comentario de Galeno; pero en esa división, en concreto entre los lados derecho e izquierdo, se nos muestran dos momentos distintos del cuerpo: uno en reposo y el otro en el instante previo al movimiento, como un momento congelado de tensión previa al acto. Entonces, metafóricamente por supuesto, podemos permitirnos ver en esta estatua lo que buscamos con la sociología del cuerpo, ese instante inmediatamente previo a la actuación del *habitus*, un instante en

el que todavía y auténticamente somos, casi sin quererlo; es el momento previo a la innovación o continuación de la tradición.

Por desgracia aquí no podremos profundizar demasiado a lo largo de esta genealogía. Lo que complementaría esta presentación del *Doríforo* sería una analogía con la sociedad griega *gravada* en él (una sociedad que debe disciplinar los cuerpos, como parte de la exigencia del buen ciudadano, el camino (*methodos*) a la felicidad); pero no encontramos espacio aquí para esto. No obstante, rescatemos lo más significativo: la idea de Canon como representación de lo moralmente bueno a través de representaciones de cuerpos acordes a dicha moral (es decir, cuerpos que encarnan la verdad); y de cómo funciona la inversión por la cual “parecer” bueno equivale a ser bueno, es decir, la objetivación de dicha moral y de su apariencia⁴⁶, la asociación entre ética y estética. Y no olvidemos, también, que los cuerpos, para mantenerse como el del *Doríforo*, requieren un cuidado constante. Recordemos el *epimelesthai sautou*, la preocupación de sí como una conjunción entre el *epimeleia heautou* (“cuidarse a sí mismo”), y *gnothi sauton* (“conocerse a sí mismo”); como algo que nunca acaba, una *tecnología del yo* que permite mantener un determinado *habitus*, ese conjunto de *techné* que constituye al buen ciudadano.



Ilustración 2: *Vesperbild* [Piedad], Anónimo germánico (1375-1400), Metropolitan Museum of Art, Nueva York.

Pero, más allá de todo esto, estamos hablando de consumo de cuerpos. Para que el *Doríforo* funcione como una publicidad, para que funcione su publicidad, debe ser entendido como un objeto de consumo. No es este el lugar para entrar en disquisiciones sobre el consumo de arte, o sobre la forma de acercarnos socialmente al arte y de cómo ésta puede influirnos o influir nosotros, como sociedad, a ésta. No nos importa tanto pensar en si la sociedad influye primero y el *Doríforo* surge después, o viceversa. Lo que debemos ver es esa escultura como un símbolo que se consume socialmente, y aquí decir que

⁴⁶ Al referirse a la distinción estética Bourdieu nos dice que “es una dimensión de una relación distante y segura con el mundo y con los otros, que a la vez supone la seguridad y la distancia objetivas (...), pero es también una *expresión distintiva* privilegiada en el espacio social, cuyo valor distintivo se determina *objetivamente* en la relación con expresiones engendradas a partir de condiciones diferentes” (1991: 53)

algo se consume *socialmente* equivale a decir que, en ese consumo se está consumiendo también la sociedad, toda su cosmología. Volveremos sobre esta cuestión más adelante y nos preguntaremos qué significa consumir, para poder entender mejor cómo se consume una representación de un cuerpo, y cómo, al consumir dicha representación, consumimos también el *télos* que la sostiene.

En el recorrido de esta genealogía⁴⁷ que, como dijimos, no podremos desarrollar en profundidad aquí, deberíamos continuar con el canon corporal en la época medieval⁴⁸ o, mejor expresado, los cánones dominantes, y que estarían en confrontación entre el cuerpo mortificado y el cuerpo de ostentación de los soberanos. Es decir, la confrontación medieval entre el cuerpo como templo o como enemigo (Synnott, 1993: 11), y que en el ámbito de las manifestaciones artísticas fue atravesado por la iconografía cristiana (Ilustración 2). Desde allí pasaríamos al Renacimiento. Veríamos la particularidad de las expresiones del cuerpo en figuras como la del *San Sebastián* de Guido Reni (Ilustración 3), que muestran un cuerpo bello y placentero, al tiempo que marcado por el dolor; un cuerpo realista y escultural, heredero del *Kanon* de Policleto.

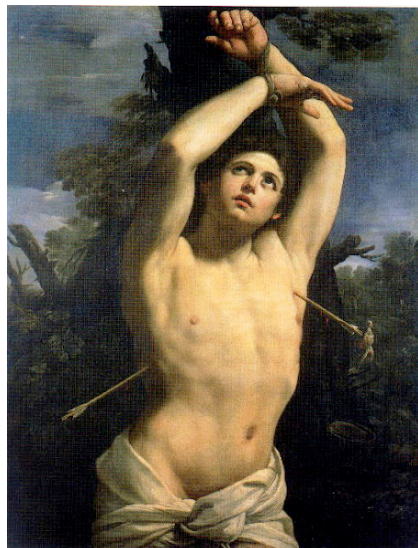


Ilustración 3: *San Sebastián*, Guido Reni (1616), Galleria di Palazzo Rosso, Génova.

De allí, haciendo un salto temporal importante, sería interesante movernos hasta la Revolución Industrial y las representaciones del cuerpo *supernumerario* (Le Breton, 2002: 72), ese mismo que Taylor desgranó en sus mínimos movimientos para tratar demostrar su analogía con la máquina, es decir, recuperar las ideas de Descartes sobre el cuerpo⁴⁹. Para ello nos remitiríamos a las fotografías (Ilustración 4) del sociólogo de la Escuela de Chicago, Lewis Hine, en las que vemos la precariedad de los cuerpos de los obreros

⁴⁷ “La historia del cuerpo a través de las imágenes que lo representan no debería oponerse a las demás formas de análisis histórico: ¿cómo podría hacerlo, si esas imágenes han sido producidas y utilizadas por los mismos actores cuya historia del cuerpo nos han permitido construir otros documentos?” (Arasse, 2005: 395)

⁴⁸ Esto sería, evidentemente, pasando por encima del canon romano (Synnott, 1993: 10), que no dejaría de ser interesante puesto que allí podría verse la entrada del cristianismo en los cuerpos, especialmente en el ámbito artístico. De la misma manera, una genealogía rigurosa nos exigiría remitirnos también a Egipto.

⁴⁹ “Consideraba, primero, que tenía una cara, manos, brazos, y toda esta máquina compuesta de huesos y carne, como se ve en un cadáver, la cual designaba con el nombre de cuerpo” (Descartes, 2003: 135).

de esta época, y que podríamos contrastar con la suntuosidad de los cuerpos de la alta sociedad.



Ilustración 4: *Power House mechanic working on stream pump*, Lewis Hine (1920), Vancouver Art Gallery, Vancouver.

Vista la Revolución Industrial, pasaríamos a la representación del cuerpo y el canon en la actualidad. De entre todas las posibilidades expresivas que tiene el arte en la actualidad, elegiríamos la corriente del hiperrealismo y, dentro de esta, la obra del escultor australiano Ron Mueck, cuyas esculturas, realizadas principalmente en silicona, se centran específicamente en el cuerpo humano (Ilustración 5). Ahora bien, aquí sería conveniente distinguir entre dos manifestaciones del concepto de canon. Podríamos decir que las esculturas de Mueck capturan, a través del cuerpo, la parte expuesta del ser social en la actualidad (en el caso de darle una interpretación social, porque bien podríamos decir, también,

que la escultura de Mueck simplemente plasma sus preocupaciones o sensaciones personales, etc. Es decir, estamos aceptando una capacidad del arte para expresar la sociedad que la rodea, ver supra, nota 23); pero, ¿podríamos decir que tienen la capacidad de funcionar como un canon a la manera del *Doríforo*?

Difícilmente, puesto que estas esculturas de silicona no muestran a seres que “se sienten bien consigo mismos”. Por tanto, estaríamos explicitando una cuestión más acerca del funcionamiento de los cánones: esas representaciones para “funcionar” en ese proceso de alcanzar una “buena” moral a través de la imitación y búsqueda del canon, requieren, sino una expresión de felicidad, una expresión de seguridad en sí mismo. Por eso es más difícil que una escultura como *Big man* funcione como canon, si bien no deja de expresar a la sociedad actual. En todo caso, funciona como un canon negativo; una estética desacreditada.



Ilustración 5: *Big man*, Ron Mueck (2000), Hirshhorn Museum and Sculpture Garden, Washington.



Ilustración 6: “Regálese el cuerpo de sus sueños”, *Body-sculptor*, publicidad de un gimnasio parisino.

¿En dónde debemos buscar entonces algo similar, en su funcionamiento, al Canon de Policleto? Consideramos que no hay mejor expresión corporal de la actualidad que la que encontramos en las publicidades. En ellas no sólo encontramos cánones corporales (Ilustración 6), marcados por los cuerpos esbeltos, sanos, etc., sino, y

sobre todo, encontramos representaciones del bienestar; es lo públicamente modélico. En la publicidad (con la excepción de las impactantes publicidades “sociales”) nadie se siente mal, nadie tiene dudas con respecto a sí mismo, y es esto lo que las respalda principalmente (Ilustración 7). No obstante, consideramos necesaria una revisión a esa relación entre moral y canon. Con el *Doríforo* decíamos que representaba al buen ciudadano, es decir, la idea de ser un buen ciudadano como forma de integración a la sociedad griega, pero al ver estos dos, entre tantos, ejemplos publicitarios, vemos que la esencia de esa moral integradora asociada a su representación ha cambiado. Los modelos de Dolce & Gabbana se sienten bien consigo mismos, muestran cuerpos esculturales y disfrutables pero, ¿cuál es la moral integradora que transmiten? Siguiendo a Baudrillard, diremos que se trata de la obligación del goce, la imposibilidad de perder el tiempo (2009b: 187). Si en el *Doríforo*

la moral asociada al cuerpo estructural era la de una disciplina tanto del cuerpo como del alma, con el objetivo de alcanzar un ser de buen ciudadano, es decir, de integrarse en la parte “buena” de la sociedad; con Dolce & Gabbana la disciplina del cuerpo es, como dijimos antes, autotélica y vacía: me siento bien porque tengo un cuerpo publicitario (publicable), es bueno que



Ilustración 7: “Calcio”, Dolce & Gabbana (2003), Italia.

me sienta bien, por medio de mi cuerpo (es decir, del consumo asociado al cuerpo), alcanzo el bienestar y me siento integrado y feliz⁵⁰ pero, ¿cuál es la ideología que se asocia a todo esto? En el mundo actual no se hace necesario contestar esta pregunta, consumo luego existo, luego disfruto mi cuerpo, luego formo parte de la comunidad.

2.3- ¿Qué sociedad consumimos?

Todo lo que el espectáculo presenta como perpetuidad se basa en el cambio, y debe cambiar al mismo tiempo que cambia aquello en lo que se basa. El espectáculo es absolutamente dogmático, pero al mismo tiempo no puede desembocar en ningún dogma sólido. Para él, nada se detiene, tal es su estado natural; y, sin embargo, es también el estado más contrario a sus inclinaciones.

Guy Debord, *La sociedad del espectáculo*

Esta pregunta nos obliga a volver sobre nuestra argumentación acerca de la sociedad de consumo como lente dióptrica que oculta mostrando, simulando un bienestar individual. Al preguntarnos por la sociedad que consumimos en cada uno de los productos que sostienen la continuidad del sistema, nos estamos preguntando con qué funciona dicha dióptrica, como preguntarse qué graduaciones de las lentes permiten ver algo nítidamente. Consideramos que se trata, entonces, de varias lentes, cada una con una particularidad (una lente referente a la salud, otra a la belleza, etc.), pero que sólo funcionan en conjunto, puesto que es en superposición –sin por ello implicar un orden particular–, que generan esta ilusión de nitidez, de adecuación. Por eso, siguiendo a Mary Douglas, decimos que el cuerpo es el espejo de la sociedad, puesto que ésta es “lo que se grava en los cuerpos” (1991: 134). Para preguntarnos entonces qué sociedad consumimos, debemos remitirnos a la promesa de los objetos, al argumento de su relato siempre, o casi siempre, de salvación por (y para) ellos.

Esta promesa está contenida en la publicidad que “constituye, en bloque, un mundo inútil, inesencial. Una connotación pura” (Baudrillard, 2010: 175). Es el discurso, el *logos*, acerca del objeto (ídem.). Por eso, para saber qué (sociedad) consumimos a través de los objetos, qué sociedad prometen, nos remitimos a la publicidad. La palabra con la que la

⁵⁰ Pero no olvidemos que la felicidad, en esta sociedad de consumo, nos nunca un momento estable, sino un siempre estar-llegando-a-ser, en donde una determinada imagen del cuerpo (y de las reacciones de los otros a él) constituyen el único elemento palpable (por tanto real) de la felicidad, del canon corporal asociado a un estado de felicidad que, además de individual, supone un elemento de distinción espiritual (y como tal, es una alienación): “Cuanto más mercado, más incitaciones a vivir mejor; cuanto más individuo, más exigencia de felicidad” (Lipovetsky, 2007: 323)

designamos ya dice mucho de lo que es, es decir, el carácter de algo, de una cosa, persona o sistema, de ser público, lo que lo hace público es que se le atribuye *publicidad* como característica. No obstante no profundizaremos mucho en ese aspecto, pues nos interesa intentar extraer ese *logos*, para ver después cómo se imprime en los cuerpos⁵¹. ¿Cómo puede la publicidad, entonces, contener lo que son las personas? Adelantamos parte de esto al hablar de la sociedad del espectáculo, en la que el verdadero protagonista ya no es el sistema sino el sujeto-sujetado, que deviene espectador-expectante de sí. Es decir, en la sociedad de consumo ya no se trata del individuo buscando su lugar-en-el-mundo, buscando su ser, éste se le ofrece ya cómodamente preparado, “en una era de consumo, o que pretende serlo, es la sociedad global la que se adapta al individuo. No sólo se adelanta a sus necesidades, sino que se toma el cuidado de adaptarse, no a alguna de sus necesidades, sino a él mismo personalmente” (Baudrillard, 2010: 180). Entonces, si pudiésemos resumir la respuesta a la pregunta que guía este apartado en una sola palabra, y teniendo en cuenta lo que venimos diciendo, contestaríamos: “una farsa”. Pero es una farsa en concreto: la farsa de la personalización. Concentrémonos primero en la cuestión de la personalización, para después tratar de demostrar por qué es una farsa.

Para que este mundo del consumo funcione, debe ser un mundo feliz, los seres humanos, en comparación con los crueles animales que se esbozan en los documentales, tenemos una propensión natural a la felicidad (Baudrillard, 2009b: 39). La salvación es la felicidad, son unas vacaciones en Marbella o permitirse cada tanto algún capricho, “porque nos lo hemos ganado”. Esta ética encuentra sus orígenes históricos a principios del Siglo XX; era necesario fundar un consumo masivo para dar sentido a una producción cada vez más masiva. Debe estimularse la demanda, aumentan los sueldos de los obreros y surgen nuevas posibilidades de crédito, pero todo ello debe acompañarse con un cambio moral: el hedonismo ya no es algo malo o inmoral, los obreros también tienen derecho a sentirse bien a través del consumo, pueden permitirse –al menos– soñar con la ostentación (Featherstone, 1991: 172). Es este hecho histórico el que explica en buena medida lo que señalábamos más arriba con Baudrillard, sobre la paradójica situación

⁵¹ Aunque, en buena medida, la publicidad definida de esa forma y, al mismo tiempo, como mecanismo de imprimación en los cuerpos, puede ser aprovechada en el sentido de que es por medio de la publicidad como los cuerpos se vuelven a lo público, y en tanto que la publicidad funciona como criterio corporal-moral, “lo que los cuerpos *deben* ser” (para ser esbeltos, para ser bellos, etc.), podemos entender que la publicidad nos muestra el procedimiento (*methodos*) para que nuestros cuerpos sean susceptibles de ser publicables y públicos, de estar imbuidos de *publicidad*.

que fuerza el consumo al llamarnos a consumir por nosotros, para distinguirnos de los demás pero, al mismo tiempo, consumir para ser parte de los demás (Baudrillard 2010: 195). Lo que instaura esta masificación del consumo⁵², entonces, es una “Ideología igualitaria del bienestar” (Baudrillard, 2009b: 39).

El consumo, la posibilidad de entrar a ese mundo particular, nos inserta en un mundo de igualdad⁵³ de posibilidades de alcanzar la tan manida felicidad –que en realidad sólo es entrar en el juego del nunca-llegar-a-alcanzar la felicidad, puesto que ésta funciona, como los objetos, bajo un criterio de actualización, por lo que la felicidad es lo actual, y lo actual, en tanto que acto, es imposible, inalcanzable: nadie *es* actual, dada la fugacidad del acto mismo⁵⁴–; y de justicia, puesto que cada cual, supuestamente, consumirá acorde a sus posibilidades: “Todos los animales son iguales, pero algunos son más iguales que otros”. El mundo de los objetos nos vuelve “iguales ante el *valor de uso* de los objetos y de los bienes (mientras son desiguales y están divididos ante el *valor de intercambio*)” (Baudrillard, 2009b: 40). De ahí se extrae el funcionamiento de esta paradoja que venimos señalando. Expresada desde el punto de vista de los cuerpos diríamos: el valor de uso de nuestros cuerpos nos hace iguales entre nosotros, pero lo que importa, lo que nos hace valer, es el valor de inter-cambio con el que lleguemos a imbuirlos. Pero, como es evidente, para poder hablar de un valor de uso, de un intercambio de los cuerpos, éstos deben devenir objetos, y el punto que ha de verse aquí no tanto que nuestro cuerpo devenga objeto, puesto que nuestra forma de relacionarnos con él suele rondar esta lógica objetiva; tanto como que el *self* es parte de ese cuerpo-objeto, también el *self* deviene objeto, vendible (Klein, 2007: 172), objetivo por tanto igualitario, pero siempre en vistas de su intercambio, de su distinción. El *self* se vuelve más bien un *gadget*, algo que está a medio camino entre el objeto útil (útil en un sentido de insignia, distintivo), y al mismo tiempo inútil, accesorio lúdico de gran potencial combinatorio (Baudrillard, 2009b: 130), que cambia con las modas, por tanto vive siempre en la novedad, en el no-

⁵² “El individuo sirve al sistema industrial, no aportándole sus economías ni proveyéndolo de su capital, sino consumiendo sus productos. Por otra parte, no hay ninguna otra actividad religiosa, política o moral para la cual se lo prepare de una manera tan completa, tan hábil y tan costosa” (Galbraith, 1980)

⁵³ En *La era del vacío*, Lipovetsky alude al *homo aequalis* como signo de la posmodernidad: “Si la modernidad se identifica con el espíritu de empresa, con la esperanza futurista, está claro que por su indiferencia histórica el narcicismo inaugura la posmodernidad, última fase del *homo aequalis*” (1992: 50)

⁵⁴ Sobre esta característica del tiempo de la moda dice Agamben que: “introduce en el tiempo una peculiar discontinuidad, que lo divide según su actualidad o inactualidad, su estar y su no-estar-más-a-la-moda (...) si tratamos de objetivarla y fijarla en el tiempo cronológico, ésta se revela inasible. Sobre todo el ‘ahora’ de la moda, el instante en que comienza a ser, no es identificable a través de ningún cronómetro. (...) está constitutivamente adelantado a sí mismo y, justamente por eso, también siempre retrasado, siempre tiene la forma de un umbral inasible entre un ‘no todavía’ y un ‘ya no’” (2011: 23)

llegar-a-ser, que es pura práctica disciplinaria, pero que al mismo tiempo nunca llega a ser usado, sólo intentamos consumirlo; todo por ser felices... o al menos morir intentándolo.

Pero, ¿qué quiere decir *personalizar* en nuestra sociedad de consumo? Es la ilusión de las diferencias o, en palabras de Baudrillard, “diferencias personalizantes” (2009b: 95). Es el mecanismo de la sociedad del espectáculo para generar alteridad:

Una es ‘A’, la otra ‘No A’, pero el esquema del valor ‘personal’ es el mismo para ambas y para todos nosotros que nos abrimos camino en la jungla ‘personalizada’ de la mercancía (...), buscando desesperadamente el cosmético que revelará la naturalidad de nuestro rostro, el artefacto que ilustrará nuestra idiosincrasia profunda, la diferencia que nos hará ser nosotros mismos. (Baudrillard, 2009b: 94)

Y, al igual que vimos con la publicidad, no se trata tanto de ver qué se nos ofrece entre todas esas posibles diferencias, como la capacidad integradora de las mismas, que se venden como una ruptura con la tan criticada homogeneización cultural, y que incorporan esa forma de distinción. De esta forma borran las diferencias reales entre las personas –y hablamos de verdaderas e innegables diferencias que es necesario admitir para poder solucionarlas– y se instaura un “reinado de la diferenciación” (Baudrillard, 2009b: 96), por medio de la personalización. Veamos esto con un ejemplo. En Japón, en los últimos años se ha desarrollado una especie de subcultura relacionada con el uso de teléfonos móviles (*keitai*) (Matsuda, 2005: 22). Una de las modas que la conforman se da especialmente entre las adolescentes y consiste en colgar abalorios (*charms*), en gran cantidad y especial atractivo, a los teléfonos móviles; incluso marcas elitistas se han sumado a esta moda (como Gucci, Louis Vuitton, etc.). Se trata de una moda de gran potencial combinatorio, es decir, gran potencial diferenciador, de distinción (estética); todas tienen la posibilidad de tener un teléfono móvil diferente (es decir, de ser diferentes). Pero al mismo tiempo, queriendo ser diferentes, deben ser iguales, deben tener un teléfono móvil para poder entrar en el juego de la *diferenciación personalizante*; todas quieren tener un teléfono móvil distinto, pero todas quieren, y deben, tener un teléfono móvil. Algo parecido pasa con los tatuajes, que deberían funcionar como un elemento personalizador, y diferenciante, de nuestra propia piel, ¡pero qué desgracia si llegase a encontrarme con alguien con mi mismo tatuaje! De ahí que Baudrillard llame a esto la “Mínima Diferencia Marginal”: “todas estas diferencias marginales esconden la más rigurosa discriminación social” (2009b: 97), puesto que cada uno de estos objetos, ante los que somos iguales, están cargados de valor distintivo, de inter-cambio, generando

así un *metaconsumo* que radica en consumir el valor diferenciador del objeto antes que su valor de uso.

Entonces, visto esto, ¿es realmente una farsa la personalización de la que hablábamos? Sí y no. Es una farsa porque más que personalización es una combinación entre las variabilidades que ofrece el mercado, por tanto no existe una personalización única, todas entran dentro de lo posible, lo cual es contrario al concepto de personalización como marcar algo con una identidad (lo obliga a remarcar el carácter identitario que adoptan estos objetos a través de esta personalización). Por otro lado, no es una farsa en el sentido de que sí generan una diferenciación, jerárquica, entre los individuos, que sí se sienten únicos. Por tanto, ¿qué sociedad consumimos? En la gran mayoría de los objetos “de moda” consumimos principalmente *distinción*, jerarquías sociales. Un *charm* para el teléfono móvil no tiene ninguna utilidad más allá de la pura distinción (y además con posibilidades combinatorias), una marca blanca no difiere en esencia de una marca de renombre más que por su potencialidad distintiva, y aquí no entraremos a hablar de marcas, pero es destacable la asociación que se genera entre consumir una marca y el respeto, o cuidado, de sí. Si no compramos marcas blancas es porque no pensamos que puedan ser suficientemente respetuosas con nuestra capacidad de distinción, o viceversa, porque aún comprando exclusivamente marcas blancas como forma de “anti-consumo”, de no “pasar por el aro”, la cuestión es que nuestra protesta estaría jugándose únicamente en el plano de las significaciones. Veremos lo que pasa con estos mecanismos y el cuerpo en el capítulo siguiente.

Hemos llegado a la conclusión de que la sociedad se grava en nuestros cuerpos por medio de la anatomopolítica disciplinaria, como uno de los mecanismos del biopoder occidental para mantener su funcionamiento y legitimidad. Esta anatomopolítica es subjetivante, es por medio de estas disciplinas, el consumo entre ellas, que nos damos un sujeto/sujeción. Además, hemos tratado la publicidad como otro de los mecanismos biopolíticos a través de los cuales se legitima la disciplina de los cuerpos, por medio de la sugerencia de cánones corporales particulares (que exigen un trabajo del cuerpo), a los que se asocia una determinada ética. Por consiguiente, tal ética o moral puede alcanzarse gracias al parecer antes que al ser, lo cual apoya también el enfoque debordiano que planteamos en el primer capítulo. Luego hemos postulado, siguiendo a Baudrillard (2009b; 2010), que el consumo genera una integración diferenciante, o distintiva, por usar la teoría de Bourdieu (1991). Este mecanismo funciona por medio de una farsa o ficción de personalización del consumo, de sus objetos y signos. Por eso, lo que consumimos principalmente es una sociedad diferenciadora, generadora de jerarquías basadas en la combinación y ostentación (Veblen, 2008) de los signos y objetos de consumo.

3-El espejo

En este capítulo se desarrollan los presupuestos básicos para comprender la aprehensión de la corporalidad. Primero desde una revisión crítica de las teorías que más han dedicado a tal cuestión, como la fenomenología, el interaccionismo simbólico y, por último, la performatividad. Seguidamente, analizaremos las prácticas de higiene y belleza como parte de gran importancia en la constitución de la corporalidad. Luego nos preguntaremos por la capacidad del cuerpo para encarnar los mitos que conviven en nuestra actualidad, a partir de preguntarnos cuántos cuerpos tenemos. Por último, expondremos cómo el consumo atraviesa la percepción corporal y la distorsiona, alejándonos de la realidad del mismo.

3.1- La aprehensión del cuerpo, ¿cómo llegamos a tener un cuerpo?

El espejo es el lugar en el que descubrimos que tenemos una imagen y, a la vez, que ésta puede ser separada de nosotros, que nuestra 'especie' o imago nos pertenece.

Giorgio Agamben, Profanaciones.

La pregunta que guía este apartado es la siguiente: ¿cómo llegamos a darnos un cuerpo? Intentaremos contestar a esta cuestión desde tres perspectivas distintas, pero que se solapan en varios puntos: en primer lugar, desde el interaccionismo simbólico, en concreto desde los aportes del sociólogo canadiense Erving Goffman (1987; 1993); en segundo lugar, haremos un breve acercamiento al aporte de la fenomenología, a partir de Merleau-Ponty (2002), Leder (1990) y Jean-Luc Nancy (2003); en tercer lugar, y por último, expondremos esta cuestión desde las teorías de la performatividad, tomando como punto de partida el desarrollo teórico de Judith Butler (1988), y como una posibilidad teórica de asociar la perspectiva dramatúrgica goffmaniana y la fenomenología, así como agregar un mayor énfasis en el enfoque foucaultiano sobre el cuerpo que hemos venido presentando hasta aquí.

Erving Goffman no llegó a desarrollar una teoría *sobre* el cuerpo, en sus análisis del *Estigma* (1993) y de *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (1987) se limitó al cuerpo como base para la expresión del *self*; es decir, como parte expuesta de mi ser y que me expresa. Por tanto el cuerpo, la imagen corporal, sería un soporte para la significación de mi *self*, y que sería el punto primordial de una interacción simbólica⁵⁵.

⁵⁵ En Husserl esto sería el *punto cero de orientación*: “sólo por su relación empírica con el cuerpo se convierte la conciencia en realmente humana o animal, y sólo por este medio ocupa un lugar en el espacio

Es decir, el convertir al cuerpo en una parte de ese disfraz que nos ponemos para expresarnos en la interacción. No obstante, en Goffman, consideramos, pueden distinguirse dos planteamientos sobre el cuerpo: primero, el cuerpo dramático, que extraemos de *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (1987); segundo, el cuerpo estigmatizado, de su obra sobre el *Estigma* (1993).

El cuerpo dramático puede ser entendido como un cuerpo normal-normalizado. Parte del cuerpo común a todos, que en la interacción cuenta con una fachada personal (1987: 37) para expresar lo que considera que es su sí mismo, y que deberá adaptar, también, al rol social establecido que necesite representar (p. 39). El cuerpo dramático enfatiza la agencia humana dentro de un marco conceptual y analítico, bajo la forma de una contextualización (Waskul y Vannini, 2008: 8). La aprehensión del cuerpo o *embodiment*, es decir, el darnos el cuerpo para poder darnos el ser, funciona como un acto performativo, racional y voluntario: la adecuación de un medio (mi cuerpo) a un marco que deseo expresar, conforme a las exigencias convencionales de ese marco.

En cambio, el cuerpo estigmatizado permite romper este esquema: el cuerpo aparece cargado de significados que no son voluntarios. Y ese cuerpo aparece como un impedimento al sí mismo que yo deseo representar. Se trata de una información social (1993: 57) que yo no puedo controlar y que, en caso de que me estigmatice como parte de lo anormal, tendré que tratar de ocultar, es decir, que tendré que alienarme. Y, consideramos, debe distinguirse esta alienación de la que constituye, también, al cuerpo dramático: en la alienación del estigma debo desrealizar algo que es genuinamente mío, mucho más que una apariencia de clase, pero por más que me esfuerce —e incluso me modifique quirúrgicamente—, el estigma no desaparecerá, siempre tendré que dar(me) cuenta de ello. Es diferente alienarse corporalmente que dramáticamente. Y eso implica aceptar que hay un “disfraz” mucho más importante que el “disfraz” que me exige un rol social. En palabras de Mary Douglas:

El cuerpo, en cuanto medio de expresión, está limitado por el control que sobre él ejerce el sistema social. (...) el control corporal constituye una expresión del control social y que el abandono del control corporal en el ritual responde a las exigencias de la experiencia social

y en el tiempo de la naturaleza —en el tiempo que se mide físicamente. Acordémonos también de que a) sólo mediante el enlace de la conciencia y el cuerpo en una unidad intuitivo-empírica natural, b) es posible algo así como una comprensión mutua entre los seres animados pertenecientes a un mundo, y que sólo por este medio puede cada sujeto cognoscente encontrarse con el mundo en plenitud, consigo mismo y con otros sujetos, y a la vez reconocer en él un mismo mundo circundante, común a él y a todos los demás sujetos.” (1985: 126)

que se expresa. (...) cuanto mayor sea la presión por parte del sistema social mayor será la tendencia a descorporeizar las formas de expresión. (1988: 94-96)

Si yo nazco con un *disfraz* de hombre afroamericano en la sociedad norteamericana de los setenta, por más que me disfrace de petrolero texano, nunca podré dejar de ser lo que soy realmente, un negro, algo que los demás y mi espejo estarán recordándome constantemente. Cada día, antes de salir de mi rancho, sabré que me falta “algo” para alcanzar eso que deseo ser. Y esa carencia no está relacionada con algo que yo pueda modificar, es una carencia impuesta que ni siquiera me permite terminar de enajenarme. Es decir, existe una estructura que no me permite ex-presarme, o mejor, que aquello que mi cuerpo expresa por mi no entra dentro de lo aceptable, de lo normal-natural que mi sociedad ha definido como tal. La pregunta es obvia: ¿qué pasa entonces con Michael Jackson? Es la encarnación de la alienación suprema, de la des-aparición del estigma:

Michael Jackson es un mutante solitario, precursor de un mestizaje perfecto en tanto que universal, la nueva raza después de las razas. (...) se ha hecho rehacer la cara, desrizar el pelo, aclarar la piel, en suma, se ha construido minuciosamente: es lo que le convierte en una criatura inocente y pura, en el andrógino artificial de la fábula, que, mejor que Cristo, puede reinar sobre el mundo y reconciliarlo porque es mejor que un niño-dios: un niño-prótesis, un embrión de todas las formas soñadas de mutación que nos liberarían de la raza y del sexo. (Baudrillard, 2001: 27)

Y lo que es Michael Jackson, por encima de todo, es la expresión del malestar, de la enajenación a la que nos fuerza el estigma. No sólo nos muestra que el quirófano es la única forma de volvernó aceptables para nosotros mismos, sino que, a pesar de ello, no nos sentiremos bien con esa transformación. Es un mártir de la igualdad utópica que, en vez de ocultar los estigmas de la desigualdad, devino un estigma de la igualdad.

¿Por qué preferimos, entonces, una conceptualización más “traumática” a una que proporciona mayores posibilidades expresivas? Hay que decirlo así: porque la vida no es tan fácil ni tan bonita. Es decir, es mucho más “sincero”, en la actualidad occidental, entender el cuerpo como un estigma a purificar por medio de las posibilidades de salvación que nos ofrece el consumo⁵⁶. En nuestra sociedad el cuerpo es lo que hay que aceptar como desacreditado (Goffman, 1993: 56) de partida para poder darnos un ser bueno y bonito, pero muy caro:

Un mercado en pleno crecimiento renueva todo el tiempo los signos que apuntan al mantenimiento y a la valoración de la apariencia bajo los auspicios de la seducción o de la ‘co-

⁵⁶ “El cuerpo extraño se vuelve cuerpo extranjero y el estigma social funciona con más o menos evidencia según el grado de visibilidad de la discapacidad. El cuerpo debe ser borrado, diluido en la familiaridad de los signos” (Le Breton, 2011: 52)

municación'. Ropa, cosméticos, prácticas físicas, etc., forman una constelación de productos codiciados para proporcionar un 'palco' en el que el actor social cuida lo que luego permite que se vea a sí mismo con si se tratara de una tarjeta de visita viviente. (Le Breton, 2011: 82)

Es decir, como enfermos que para curarse de su enfermedad (en este caso, lo natural-inaceptable en nuestro “cuerpo de partida” o, también, nuestro “pecado original”) debemos devenir enfermos para, a través del ritual del consumo, sabernos sanos (es decir, generar una nueva y acreditada naturalidad del cuerpo); para creernos en y parte del mundo.

El cuerpo estigmatizado, o este esquema conceptual que extraemos de Goffman (1993), da una mayor cabida al estar-en-el-mundo que el dramático, pese a funcionar a partir de un modelo traumático. Con esta conceptualización podemos comprender mucho mejor trastornos como la anorexia nerviosa o la dismorfobia corporal (y aquí “comprender mejor” quiere decir: entender que nuestra sociedad provoca –y a veces sugiere– estos trastornos). Por tanto alude a que, en nuestra actualidad, para llegar a ser primero hay que aceptarse inaceptable, luego transformarse en aceptable y, por último, creerse feliz en eso, con una plenitud que ya nunca llegará porque, antes que siempre llegando-a-ser, estamos siempre dejando-de-ser⁵⁷. Y en esta aparente plenitud trato de escapar del otro que sólo está ahí para recordarme mi estigma, mi inadecuación. Se crea así un temor al Otro que pone en duda la legitimidad de mi *self*, y que al mismo tiempo que alaba mi belleza o el olor de mi perfume, me señala mis defectos, condenándome a la diferencia inaceptable de la no-naturalidad, marcándome como un a-normal; y forzándome así a retomar el proceso, a volverlo a iniciar, a actualizarme para no quedarme fuera.

Pasemos ahora a revisar las posibles contestaciones a nuestra pregunta de partida desde la fenomenología. Las aproximaciones fenomenológicas a la corporalidad y su aprehensión o *embodiment*, son fruto de gruesas descripciones de la experiencia vivida (Waskul y Vannini, 2008: 8) que nos descubren el cuerpo como punto práctico e intencional para la creación de sentido:

Abro los ojos sobre mi mesa, mi conciencia está colmada de colores y de reflejos confusos, se distingue apenas de lo que a ella se ofrece, se expone a través de su cuerpo en el espectáculo que no es aún el espectáculo de nada. De pronto miro fijamente la mesa que aún no está ahí, miro a distancia cuando todavía no hay profundidad, mi cuerpo se centra en un objeto todavía virtual y dispone sus superficies sensibles para hacerlo actual. Así puedo remi-

⁵⁷ Recuérdese la idea de *personae liminoides* de Victor Turner (1988: 102), que tratamos en el capítulo anterior.

tir a su lugar en el mundo el algo que me afectaba, porque puedo, retrocediendo en el futuro [en la virtualidad], remitir al pasado inmediato el primer ataque del mundo contra mis sentidos, y orientarme hacia el objeto determinado hacia un futuro próximo. (Merleau-Ponty, 2002: 273. Énfasis añadido)

Dentro de la fenomenología el cuerpo puede ser concebido, mayoritariamente, a partir de dos ideas distintas: el cuerpo como presencia o el cuerpo como ausencia. En Merleau-Ponty el cuerpo está presente, está-ahí, la corporalidad se manifiesta en el darse-al-mundo de los cuerpos, se hace, somáticamente, presente:

El enigma es que mi cuerpo simultáneamente ve y es visto. Que esa mirada a todas las cosas puede mirarlo a sí mismo y reconocer, en lo que ve, el 'otro lado' del poder de su mirada. Se ve a sí mismo al ver, se toca a sí mismo al tocar; es visible y sensible para sí mismo (...). Hay un cuerpo humano cuando, entre ver y lo visto, entre tocar y lo tocado, entre un ojo y el otro, entre una mano y la otra, una especie de mixtura toma lugar –cuando se enciende la chispa entre sentir y lo sentido. (Merleau-Ponty, 2002: 284)

Por otro lado, en el aporte de Drew Leder la corporalidad es entendida como ausencia (1990: 62). El cuerpo es lo que está no estando, porque no puedo aprehender todos los procesos que comprenden su ser de cuerpo. Veo pero no veo a mi ojo viendo, no tomo parte en la inversión de la imagen vista a través de la retina; puedo ser la vista, pero no soy agente de mi retina. La experiencia de la enfermedad (p. 79) hace aparecer al cuerpo en nuestra cotidianidad; aprehendo mis riñones ante su falla, puedo localizarlos con exactitud dentro de mi:

Mis órganos internos no son en su mayoría ni agentes ni objetos de mi sensibilidad. Ellos constituyen su propio circuito de vibrante vida (...). Antes que 'Visibilidad', uno debería llamar a esta dimensión 'Visceralidad'. Al igual que de lo Visible, de lo Visceral no puede decirse propiamente que pertenece al sujeto; es un poder que me atraviesa, me garantiza la vida de una forma que yo nunca llego voluntariamente a intervenir o a comprender. (1990: 65. La traducción es propia)

De ahí que el Dr. Michel Furter dijese que “la salud es el silencio de los órganos” (2007). Bajo esta perspectiva nos damos el cuerpo al exonerarlo de la experiencia cotidiana e inmediata. Sé que tengo un cuerpo porque no lo aprehendo continuamente, pero el cuerpo se despierta, y me despierta, en la experiencia de la enfermedad, que me enfrenta y arroja a mi finitud y la de los demás.

La solución a estas dos posiciones pasa por adoptar un punto intermedio: entender el cuerpo como el medio y el umbral para darnos al mundo y darnos el ser, como eso que, estando ausente, pesa; es la propiedad misma (Nancy, 2003: 9), es la encarnación de la angustia que nos abre al mundo:

Los cuerpos no tienen lugar ni en el discurso, ni en la materia. *No habitan 'el espíritu' ni 'el cuerpo'.* Tienen lugar al límite, en tanto que límite: *límite –borde externo, fractura e intersección del extraño en el continuo del sentido, en el continuo de la materia.* (Nancy, 2003: 17)

Darnos el cuerpo sería, entonces, encarnarse en lo aprehensible que lo compone, darse al mundo desde ese ahí; y reconocerse también en lo inaprehensible, en lo que sucede sin *sujetamiento* pero que es indiscerniblemente sujeto: “somos (todo) nuestro cuerpo”. Berger y Luckman, desde el constructivismo, lo plantean de la siguiente forma:

La realidad de la vida cotidiana se organiza alrededor del 'aquí' de mi cuerpo y el 'ahora' de mi presente. Este 'aquí y ahora' es el foco de la atención que presto a la realidad de la vida cotidiana. Lo que 'aquí y ahora' se me presenta en la vida cotidiana es lo realissimum de mi conciencia. Sin embargo, la realidad de la vida cotidiana no se agota por estas presencias inmediatas, sino que abarca fenómenos que no están presentes 'aquí y ahora'. (1995: 39)

La noción de *performatividad*, mayoritariamente asociada al mantenimiento del *embodiment* de género (Butler, 1988), puede servirnos para conceptualizar mejor un punto medio entre la perspectiva interaccionista y la fenomenológica. De la segunda extraemos que el darnos un cuerpo (y por extensión, darnos al mundo) es un proceso constantemente destruido y reconstruido (Butler, 1988: 521) en la encarnación de la cultura y su historia:

El cuerpo postulado como anterior al signo es siempre postulado o significado como previo. Esta significación produce, como un efecto de su propio procedimiento, el cuerpo mismo que, sin embargo y simultáneamente, la significación afirma descubrir como aquello que precede a su propia acción. Si el cuerpo significado como anterior a la significación es un efecto de la significación, el carácter mimético y representacional atribuido al lenguaje –atribución que sostiene que los signos siguen a los cuerpos como sus reflejos necesarios– no es en modo alguno mimético. Por el contrario, es productivo, constitutivo y hasta podríamos decir performativo, por cuanto este acto significativo delimita y circunscribe el cuerpo del que luego afirma que es anterior a toda significación. (Butler, 2005: 57)

Recordemos el concepto de técnica corporal de Mauss (1991), que aunaba esta encarnación histórico-cultural y la dinámica de un proceso que no cesa de llevarse a cabo, tanto manteniendo patrones como innovándolos. Las técnicas corporales serían, entonces –y por extensión el *habitus* y las tecnologías del yo–, la forma en que se da el darnos el cuerpo y la sujeción como un proceso sin fin, en constante reproducción e innovación. Pero las técnicas corporales no llegan a profundizar, como si lo permite las tecnologías del yo y el *habitus*, en la *significación*, la construcción y reproducción de significados, de sentidos. Hay, sí, una idea de la preparación de la apariencia como *techné*, pero no una reflexión sobre la *techné* de la significación de nuestras apariencias.

Al sumar, en la performatividad, el concepto de *self* dramático, estigmático o no, permitimos que entren a jugar las apariencias, su búsqueda y construcción; o mejor, la reflexividad significativa que le asignamos a la apariencia visible de nuestro *self*. Esto se ve en Butler al ser aprovechado para la conceptualización de la performatividad del género: “el género no es una identidad estable (...), sino una identidad instituida a través de una repetición de actos de estilo. (...) el género es instituido a través de la estilización del cuerpo.” (Butler, 1988: 519). Aquí “estilo” alude a una forma, una apariencia o un disfraz, es decir, el género sería la repetición constante del acto de disfrazarse generizado, tanto como varón, mujer, transexual, etc. De esta forma logramos un concepto procesual, que permite introducir, en la construcción y reconstrucción constante⁵⁸ de nuestro *self*, la temporalidad, la corporalidad y la alteridad.

Lo que defendemos aquí, entonces, es que la construcción personal del cuerpo es un acto performativo en varios sentidos: 1) Con la repetición performativa de actos corporeizados me doy el cuerpo al *self* en un nivel esencial, es decir, disfrazo mi conciencia de cuerpo, de *self* corporeizado; así me encarno, así llego a ser mi cuerpo, con sus presencias y sus ausencias inaprehensibles. 2) Al darme el cuerpo anterior me doy las apariencias de mi cuerpo, modifico mi cuerpo para que me exprese, para existir en el reconocimiento de la carne que veo como mía. 3) En ese darme las apariencias me estilizo en una *ilusión* de género (Butler, 1988: 520), que constituye los estilos históricos-culturales asociados e impuestos a mi configuración sexual a través de tabús, castigos, en suma, estigmatizaciones que me hacen ver mi cuerpo como inadecuado a menos que lo moldee a los estilos de género (y de cuerpo) disponibles en mi sociedad. 4) Este cuerpo que todavía no me sujeta por completo debe sujetarse en la distinción social que aparece ante mí al verme como parte de un determinado rango social entre otros; me doy el cuerpo de mi clase o grupo social, me integro tratando de diferenciarme (poco) de los *míos* y (mucho) de los otros que no comparten mi clase. De esta forma, a través de una integración diferenciante, aprehendo el código de las apariencias que me permite situarme en el mundo y la historia.

Lo que debe verse aquí es la performatividad como el proceso constante de construcción, transformación y destrucción del reflejo en el que nos reconocemos y a través del cual

⁵⁸ Recordamos aquí lo dicho en el primer capítulo acerca del aporte de Margaret Mead, de cuya obra (2006) se extrae la idea de género como temperamento, que es fruto del despliegue de las personalidades propias de la cultura en la que nacemos y nos educamos (p. 262).

nos situamos en lo social. Al funcionar a partir de una concepción estigmática de la propia corporalidad, la construcción de mi corporalidad está sujeta (es decir, *me* sujeta) a los cánones que me son contemporáneos y locales. Me doy mi cuerpo a partir de lo que constituyen los cánones de cuerpos públicos; construyo las apariencias de mi cuerpo (y parte de mi intimidad) deviniendo publicable y publicitable, imbuyendo mi corporalidad de la *publicidad* de los cánones que *sugiere* la sociedad de consumo como formas (aparentes) del bienestar, del ser feliz (o del no ser y de aquello a lo que no debo parecerme, a partir de cánones negativos, como en las publicidades que nos muestran el antes y el después de los actores que el producto transforma⁵⁹). Darnos un cuerpo, bajo esta conceptualización, es el proceso mediante el cual construimos el espejo, es la construcción de nuestro reflejo en el que media la alteridad y la sociedad como un juego de lentes que nos permite (o no) ver nítidamente nuestra carne reflejada, ver la adecuación entre la ilusión y la materia.

El problema que queremos demostrar aquí es que, en la sociedad de consumo, ese juego de lentes que media entre nuestra carne y el reflejo que le hemos construido para poder considerarla nuestra y reconocernos, genera, por medio del consumo asociado al cuerpo, una ilusión de nitidez que nos centra en un reflejo sin carne, que nos vuelve puro reflejo ideal, feliz, que no parte de nuestra realidad corporal material. Un poco a la manera de Dorian Gray, que vivía en la ilusión de la plenitud gracias al ocultamiento de su verdadero y decrepito cuerpo en un retrato, es decir, deviniendo él ilusión. De ahí que él sólo pudiese morir al apuñalar su retrato, que guarda su único y verdadero yo, su historia:

Como había matado al pintor, mataría la obra del pintor y todo lo que significaba. Mataría el pasado, y cuando hubiese muerto sería libre. Mataría aquella monstruosa alma viva, y sus horribles advertencias, recobraría el sosiego. Cogió el cuchillo y apuñaló el retrato con él. (...) Al entrar encontraron, colgado en la pared, un espléndido retrato de su amo, tal como le habían visto últimamente, en toda la maravilla de su exquisita juventud y de su belleza. Tendido sobre el suelo había un hombre muerto, en traje de etiqueta, con un cuchillo en el corazón. Estaba ajado, lleno de arrugas y su cara era repugnante. Hasta que no examinaron las sortijas que llevaba no reconocieron quién era. (Wilde, 1945: 233)

⁵⁹ Pero ante todo, y siempre, el producto, más que volverlos más delgados o apuestos o con menos rayones en el coche, los convierte en felices, devienen felices gracias al producto.

3.2- Técnicas corporales y prácticas de consumo: los rituales de la belleza y la higiene.

Seducir es morir como realidad y producirse como ilusión.

Jean Baudrillard, *De la seducción*.

En este apartado intentaremos equiparar lo que aquí venimos llamando técnicas corporales (Mauss, 1991) –como el proceso (e insistimos en entenderlo como tal) constante por el que nos damos un cuerpo y, en este proceso, encarnamos nuestra cultura y nuestro *self* en él– a las prácticas de consumo que, sostenemos, se centran principalmente en el cuerpo, ofreciendo por medio de éstas el procedimiento (*methodos*) hacia la idea de felicidad; representada siempre en el canon de cuerpo bello que muestra por medio de la publicidad. Dentro de estas prácticas –y asociadas al concepto de *embodiment* que hemos tratado más arriba, es decir, como parte del proceso performativo por el que estamos constantemente dándonos el, y al, cuerpo– la higiene tiene una importancia especial, puesto que funciona como la manera de imbuir de salubridad, y por tanto de bondad y silencio, al cuerpo bello. Hablamos, en definitiva, de las prácticas de consumo –y dentro de éstas las relacionadas con la belleza y la higiene– como una de las materializaciones más significativas en la actualidad de aquello que Foucault (1987; 1989 y 1991) definió como biopoder; siendo estas prácticas la anatomopolítica que inscribe e integra a los cuerpos en el orden biopolítico de la sociedad occidental actual:

La publicidad, la moda, la cultura de masas –el culto higiénico, dietético, terapéutico de que se lo rodea, la obsesión de juventud, de elegancia de virilidad/feminidad, los tratamientos de belleza, los regímenes, las prácticas sacrificiales asociadas a él, el Mito del placer que lo envuelve– son todos testimonios de que el cuerpo hoy a llegado a ser objeto de salvación. Ha sustituido literalmente al alma en su función moral e ideológica. (Baudrillard, 2009b: 155).

Ya adelantamos buena parte de esta cuestión en el capítulo anterior, al trazar la relación entre publicidad y biopolítica, y la asociación que se da y cómo funciona, entre belleza, “buena” moral y felicidad. A ello agregamos las ideas planteadas en las páginas precedentes con respecto al modo performativo del darnos el cuerpo y la corporalidad, como una forma de instituir una identidad o *self* corporeizado, a través de la repetición de actos de estilo (Butler, 1988: 519). Es decir, a través de la repetición, y por tanto reproducción, de los habitus de una corporalidad de clase, con el objetivo de ocultar el cuerpo estigmático (todo aquello que no haya sido normalizado bajo los cánones, los *looks*, de la sociedad de consumo). Bajo esa ocultación, entonces, nos damos una ilusión de *self*, en la que la belleza sería, por tanto, otra ilusión sostenida por la repetición de las prácti-

cas de consumo orientadas a tal objetivo, que además interiorizan, por medio de la publicidad, la ideología sobre nuestra relación con el cuerpo (placentero, portador de *nuestra* verdad, etc.).

Se impone, a través del ritual de la belleza, una de las transformaciones primordiales que permiten toda la construcción corporal posterior: la idea de propiedad del cuerpo (Baudrillard, 2009b: 156). Es decir, el cuerpo como capital, y por tanto alienación; y el cuerpo como fetiche⁶⁰ (ídem.), y por tanto como objeto de consumo. Ésta es la esencia del cuerpo *autotélico* que venimos planteando.

Bajo esta conceptualización la concepción estigmática del cuerpo que defendemos aquí tiene mayor sentido. Si el cuerpo es un capital y un fetiche que, de partida, está cargado de un estigma, la posibilidad de ocultarlo⁶¹ pasa por la enajenación; una desrealización de mi cuerpo con respecto a mi *self*. Si al principio, desde el existencialismo, podíamos decir: “Yo soy mi cuerpo”; ahora, en nuestra sociedad de consumo decimos: “yo soy un cuerpo... y poco más”. Entonces, la presentación de la persona en la vida cotidiana (Goffman, 1987), es más bien una re-presentación de una persona, un simulacro en el que hemos devenido espectadores de nosotros mismos. Y nos mantenemos como tales en una expectación, una ex-citación constante por esa solicitud y cariño interminable con el que nos seduce la sociedad de consumo:

Inclinado sobre su manantial, Narciso apaga su sed: su imagen ya no es ‘otra’, es su propia superficie quien lo absorbe, quien lo seduce, de tal modo que sólo puede acercarse sin pasar nunca más allá, pues ya no hay más allá como tampoco hay distancia reflexiva entre Narciso y su imagen. (Baudrillard, 1994: 67)

Volvamos algunas páginas atrás, a las imágenes publicitarias que propusimos como breve muestra de los cánones corporales-morales de la publicidad (Ilustraciones 6 y 7). Lo primero que debemos ver es que muestran un canon, por tanto una alienación sobre cómo debería ser una realidad, en este caso, material-corporal para ser “buena”. En la primera (Ilustración 6), la mujer quiere regalarse el cuerpo de sus sueños, que se apoya

⁶⁰ “Cada cual se comporta con su cuerpo como el hombre con la mujer en la identificación proyectiva (...): lo ocupa como fetiche y actúa con él como fetiche en una tentativa de identificación desesperada de sí mismo. El cuerpo se convierte en objeto de un culto autístico, de una manipulación casi incestuosa.” (Baudrillard, 2000: 69)

⁶¹ Es necesario aclarar, con respecto a esta ocultación, que no es constante. Es decir, el estigma está apoyado, principalmente, en dos aspectos: el primero es el plano médico que define lo que es estigma y lo adscribe a los sujetos; el segundo es el intersubjetivo, que pone en juego la definición del estigma y la “carga” moralmente. Hay que ver entonces, que sólo los médicos están legitimados para conocer la *verdad* de nuestro cuerpo, al mismo tiempo que para adscribirnos el cuerpo estigmatizado. De aquí, también, sale la legitimación de lo belleza como salud.

sobre su cuerpo “real” como si fuese un vestido, comprobando que es de su talla, que el cuerpo que desea encaja en ella. Es difícil encontrar un ejemplo más gráfico de que, efectivamente, la publicidad invita a la enajenación. ¿Cómo sería esta publicidad, qué efectos tendría en nosotros, si quien se apoyase ese cuerpo *perfecto* sobre el imperfecto, fuese una mujer con 30 ó 40 kg. más que los de su ilusión? ¿Y si fuese un varón? ¿Y una niña de 12 años? ¿Y si la ilusión tuviese los kilos de más y fuese el deseo de una mujer con un cuerpo “suficientemente” bello? Ese cuerpo-disfraz está desnudo y depilado –por tanto, desprovisto de una parte de su naturalidad–, y el mensaje que ostenta, también, es que ya no nos desvestimos para desnudarnos, sino al contrario, nuestra desnudez también es un vestido (Ilustración 8); también nos enajenamos en ella. Ni siquiera ese cuerpo, esa carne, es aceptable; cualquiera se cambia sus ropajes y oculta un cuerpo imperfecto (con una faja o un corsé para esos *kilitos* de más, por ejemplo), pero lo realmente *in*, en nuestra sociedad, es modelarse *también* en ese cuerpo, convertirlo en objeto⁶² (sexual y sexuado, pero siempre bajo unas normas particulares): “Tu cuerpo desnudo también es una prenda, una garantía de tu expresión más profunda; pero no te preocupes, también tenemos una cura para ese estigma”.



Ilustración 8: *They are coming* [están llegando], Helmut Newton (1981), Vogue. “El singular efecto producido por el díptico es que ambas imágenes son, contra toda la apariencia, iguales. Las modelos llevan su desnudez exactamente igual que como llevan sus vestidos. (...) Existe sólo el vestido de la moda, es decir, un indecible de carne y tela.” (Agamben, 2011: 101-103)

⁶² Y nótese que, en esta publicidad, el cuerpo no tiene una cabeza, y no porque no sea necesaria puesto que el ascetismo hedonista lleva al olvido de sí, sino porque ésta ya no necesita modificaciones. Nuestra mente ya está (y siempre estará) preparada, es nuestro cuerpo el que *debe* desearse perfecto y ser modificado.

Y hay que ver aquí que, en la *publicidad* de los cuerpos, en el cuerpo imbuido de carácter público, la desnudez se sugiere como el último y principal bastión de la intimidad, nada más allá. Pero si esa desnudez es un vestido, es también pública, por tanto también se le dice cómo debe ser, como puede articularse y disfrutarse (por medio de la pornografía, por ejemplo), la obligación de cuidarla, limpiarla y mantenerla bella, es decir, publicable para su exhibición; porque al fin y al cabo, nos re-presenta. Lo que nos dice la publicidad de la Ilustración 6, junto con la fotografía de Newton, es que también la desnudez, lo más íntimo y estigmático, ha devenido pública. Y es entendida, además, bajo la forma de un canon, tanto estético como moral, que nos encarna la anatomopolítica del capitalismo actual bajo la promesa de la felicidad y el placer por el cuerpo. Si ya nos quitamos esos *kilitos* de más, esas arrugas, esa decrepitud, el vello, las cicatrices; lo único que nos queda es que nos sobre la intimidad, puesto que esta también es un obstáculo hacia nuestra felicidad plena. O mejor, los que sobramos somos nosotros encarnando todavía estos cuerpos, todavía somos demasiado opacos y lo *in* es ser transparente.

En cuanto a la higiene, podemos permitirnos cierta variedad de lecturas. La primera y más obvia es la higiene como una técnica corporal del cuidado de sí (Foucault, 2010: 57), que está relacionada, al menos en nuestra cultura y desde mediados del Siglo XVIII (Sennett, 1997: 281; Vigarello, 2005: 287), con el cuidado de la salud. Es decir, en tanto prevención de enfermedades (Le Breton, 2011: 61) relacionadas con la suciedad⁶³ como desorden (Douglas, 1991: 55). O mejor expresado, como una técnica saludable y parte esencial de una “buena” moral, así como de la representación de una determinada clase⁶⁴. La higiene sería entonces algo aparente, superficial, pero que habla de la relación con nuestra intimidad, de cómo cuidamos eso que no se ve y que expresa la parte oculta de nosotros. Y si esa parte oculta es pura y límpida, sino huele mal, entonces somos personas, somos también, buenas personas, buenos fieles. Debe verse entonces la particularidad de nuestra sociedad, en la que la relación con esta higiene de nuestro cuerpo, y

⁶³ “La suciedad, tal como la conocemos, consiste esencialmente en desorden. No hay suciedad absoluta: existe sólo el ojo del espectador. Evitamos la suciedad, no por un terror pusilánime y menos aún por espanto o terror religioso. Tampoco nuestras ideas sobre la enfermedad dan cuenta del alcance de nuestro comportamiento al limpiar o evitar la suciedad. La suciedad ofende al orden. Su eliminación no es un movimiento negativo, sino un esfuerzo positivo por organizar el entorno”. (Douglas, 1991: 14)

⁶⁴ “La aparente intención del lavado muestra al menos una idea fundamental, no se trataba solamente de un acto higiénico, el lavarse no se usaba como término equivalente al del limpiarse. La idea estaba más encaminada a presentar un aspecto por el cual cada individuo iba a ser reconocido (...). De ahí que un aspecto al que había que prestar atención antes de salir a la calle, el lugar en el que uno iba a mostrar lo que era, fuese el lavado de manos y cara.” (Ruiz Somavilla, 1993: 86)

por tanto la construcción de la idea de higiene y su relación con nuestro cuidado íntimo y de la constitución de la idea de lo que en nosotros debe ser íntimo; viene dada a través del consumo especializado en esta práctica. Por tanto, podemos hablar de una complementariedad dialéctica entre la higiene y la belleza en nuestra sociedad.

La biopolítica del capitalismo actual nos insta a estar sanos, cuida nuestra salud de forma que podamos seguir vivos y produciendo durante la mayor cantidad de tiempo posible. Por eso la higiene, tanto como salubridad y como apoyo científico de la belleza, debe verse como una técnica anatomopolítica del biopoder, que se compone del conjunto de técnicas orientadas a la profilaxis de la enfermedad. Pero como tal anatomopolítica, y en especial dada su dialéctica con la *techné* de la belleza, la higiene tiene un papel fundamental en la construcción de nuestra subjetividad que, analíticamente, podríamos separar de la siguiente manera: en el primer nos ocupamos de la esencia corporal que tiene el concepto de higiene: se construye a partir de nuestro cuerpo y no sólo nos *dice* si está limpio o sucio, es decir, acreditado o desacreditado, por usar la terminología de Goffman (1993: 56); sino que también nos orienta en la construcción de la subjetividad *a partir* del cuerpo. De un cuerpo que, gracias a la higiene, se objetiva, se vuelve algo a vigilar, para prevenir caer en la desacreditación, en el estigma. El segundo aspecto atiene a la dimensión moral de la higiene. Si ya pudimos comprender que nos damos al ser-higiénico a partir del cuerpo, en la reificación de la higiene se van incrustando determinadas clasificaciones morales sobre ésta: ahora, por ejemplo, hablamos de alguien que tiene una conciencia limpia, una “buena” conciencia. Y es necesario ver que la higiene tiene, obligatoriamente, un componente de asepsia, de amoralidad; lo sucio está corrompido por las influencias, por los gérmenes de la parcialidad. Y lo limpio siempre está apunto de caer en la corrupción, vive con esa tensión, por tanto es necesaria una disciplina para mantenerse, así, alejado de la suciedad, de las influencias. Y esto, evidentemente, es una mentira: ha de verse al cuerpo higiénico de nuestra sociedad como el cuerpo-base para la instalación posterior y constante de nuevas ideologías publicitarias. Por eso, de la misma forma que cuidamos-esterilizamos nuestro cuerpo con la higiene, vivimos en una sociedad higiénica, que siempre está limpiándose, lo que equivale a decir que está ocultando sus estigmas, en lugar de curarlos.

Y es a raíz de estos dos elementos de nuestra sociedad como la sociología del cuerpo encuentra un sentido, entre otros, a su desarrollo. La sociedad capitalista genera sus propios enemigos, su propia decrepitud. Y cuando lo analizamos desde el cuerpo no

quedan muchas formas de negar esta tendencia autodestructiva que la mantiene girando. Tanto la búsqueda de la belleza como el cuidado de nuestra higiene nos obsesionan, nos desgastan⁶⁵ (Ory, 2006: 153). Buena prueba de ello es el aumento de trastornos alimentarios en nuestras sociedades (Fundación Imagen y Autoestima, 2008; Gracia, 2010), que están relacionados con un debilitamiento de la autoestima; es decir, con un *self* inestable, en continua desacreditación. Lo cual provoca también, en parte gracias al narcisismo promovido desde la publicidad, una pérdida del valor comunitario: “Más que trastornos biofisiológicos o mentales del organismo, los trastornos modernos de la alimentación son malestares culturales que afectan a la condición humana” (Jáuregui, 2006). Y para la mujer, dada la concentración de los productos de belleza, de los mensajes publicitarios, la cuestión es todavía más preocupante:

El cuerpo de la mujer es una guerra permanente con el fin de tenerlo bajo control y que no se aleje de los imperativos de belleza. Pero la fuerza de esta conminación consiste en convertir el esfuerzo en un goce permanente de superar las dificultades. Una forma tiránica de seducción y cosmética corporal se impone a millones de mujeres que persiguen un ideal normativo creyendo seguir su propio deseo y acceder a una mejor versión de sí misma. (Le Breton, 2010: 198)

¿Y de dónde salen todas estas ideas, estas obsesiones, sino de la utopía con que nos bombardea la publicidad? *No pain, no gain*, sin dolor y sin sacrificio nada puede conseguirse. Así rezaba el mantra que Jane Fonda repetía incansablemente en sus videos de ejercicios aeróbicos. La belleza, el bienestar corporal incluso, son en nuestra sociedad un cilicio con el que nos autolesionamos, por medio de dietas y regímenes alimentarios demasiado exigentes, también con un ejercicio físico que se vuelve, cada vez más, una exigencia moral; imponiéndonos –sin crítica y voluntariamente– ideas corporales generados por ordenador. El desgaste aparece cuando se trascienden los límites del ideal que buscamos y, una vez (casi) alcanzado, nos damos cuenta de que nos hemos perdido por el camino, que tras toda esta masa muscular anabólica, tras los implantes de silicona, no hemos podido sentirnos mejor, no hemos podido trascender nuestros propios límites. Y eso nos pone ante un vacío existencial que normalmente se cura con una mayor ascesis:

El body builder, el creador de cuerpos construye sus límites físicos, los afronta diariamente por una ascesis basada en las repeticiones de ejercicios. En un mundo de incertidumbre, construye paso a paso una especie de abrigo, para permanecer dueño de sí mismo, o al menos, producir la convicción de ser al fin uno mismo. Nada en el fantasma del auto-

⁶⁵ En especial a la población femenina, principal “blanco” de los cosméticos y los cánones corporales cuasi mutilantes y autolesionantes, que convierten a las mujeres y la feminidad en un verdadero factor de riesgo (De Beauvoir, 1998; Fundación Imagen y Autoestima, 2008; Gracia, 2010; Le Breton, 2010; Sánchez López, 2011; Synnott, 1993; Turner, 1989: 244)

engendramiento. Se pone su cuerpo como una segunda piel, un sobrecuerpo donde se siente por fin cómodo. (Le Breton, 2010: 200)

Así, cada nuevo campo en la sociedad de consumo dedicado a la aprehensión de sí, al desarrollo del sí, acaba conformando un nuevo trastorno, una nueva obsesión, un nuevo negocio.

3.3- ¿Cuántos cuerpos tenemos?

Tengo 10-15 implantes transdérmicos en el brazo y en la cabeza, implantes de silicona en las piernas y el sexo. Llevo algún tatuaje en la cara, además de en los brazos, por una parte un tatuaje biomecánico que representa mi fantasma de súper héroe y de cruce de hombre y máquina, y por otra una especie de motivo tribal hecho de códigos que me he inventado. Sigo en construcción. Mi identidad biológica es la pieza de un puzzle. (...) No tenemos que ser prisioneros de nuestra animalidad, de nuestro instinto, de nuestro cuerpo.

Lukas Zpira⁶⁶

En *Símbolos Naturales* (1988) Mary Douglas sostiene que tenemos dos cuerpos, uno social y otro físico:

El cuerpo social condiciona el modo en que percibimos el cuerpo físico. La experiencia física del cuerpo, modificada siempre por las categorías sociales a través de las cuales lo conocemos, mantiene a su vez una determinada visión de la sociedad. (p. 89)

En esta cita bien puede resumirse todo lo que hemos venido tratando hasta ahora: ésta es la forma en la que la sociedad se grava en los cuerpos (Douglas, 1991). Y también la forma en que los cuerpos, con su repetición de las técnicas corporales, los habitus y las tecnologías del yo, reifican y mantienen el orden social. En el medio, o mejor, en el instante inmediatamente anterior a que la sociedad se marque en el cuerpo y el cuerpo de continuidad a la sociedad; está el habitus, el momento y complementariedad entre la reproducción y/o la innovación. No obstante, lo que debe verse en esta propuesta de la antropóloga británica, y en conjunto con la aprehensión performativa del cuerpo, es que sólo por mediación de lo social llegamos a tener *el* cuerpo. Véase entonces que ese cuerpo físico es en sí social, está conceptualizado en base a toda una serie de teorías, empíricas o no: es un organismo pese a que no tenemos experiencia subjetiva de tal hecho; es un complejo sistema de engranajes; es una suma de canales energéticos, etc.

⁶⁶ Citado en Le Breton, 2010: 40. Lukas Zpira.01 es un artista del tatuaje y performer que se reivindica como un *Hacker Corporal*.

Si bien la clasificación de Douglas apunta a una generalización de las formas básicas de los cuerpos en la sociedad, podemos, y más actualmente, preguntarnos cuántos cuerpos componen y completan este proceso de socialización de los cuerpos y corporalización de la sociedad. Veamos brevemente algunos ejemplos:

-Hay un cuerpo íntimo, en el que ubicamos lo más profundo de nuestro *self*. Nuestros estigmas están ahí, nuestra sexualidad y nuestro pánico a la muerte están ahí. Es el verdadero cuerpo desnudo más allá de la desvestirse de la ropa.

-Hay un cuerpo desvestido, que es la última barrera de la alteridad y cuya desnudez, al contrario que en el cuerpo íntimo, sí está marcada por un *valor de exposición* (Agamben, 2005b: 118).

-Hay un cuerpo más o menos enfermo, que es el cuerpo construido por un enfoque consumista-hedonista medicinal. Su canon inalcanzable es el cuerpo sano, que tiene unas medidas áureas (la adecuación entre peso y altura); que hace deporte, y cuya salubridad le hace feliz, pues así ayuda a olvidar la inexorable proximidad de la muerte.

-Hay un cuerpo espiritual, que puede ser católico, musulmán, yogui, etc. Es el cuerpo que las religiones buscan para, a través de su anatomopolítica particular (castidad, meditación, etc.), conformar la bio-política de sus fieles.

-Hay un cuerpo político, democrático o no, que, al igual que el cuerpo religioso, genera a través de su anatomopolítica, una comunalidad de los cuerpos, así como su productividad económica, a los que cuidará y tratará de mantener vivos (¿pero en tanto que *bios* o en tanto que *zoé*?).

-Hay cuerpos degradados, que han caído en la vigorexia, en la obesidad, en la anorexia. Cuerpos que, en el desarrollo y búsqueda de los ideales del cuerpo sano, han trascendido los extremos y han perdido por completo sus cuerpos.

-Hay cuerpos no-cuerpos, que son los cuerpos deformados, heridos, discapacitados, enloquecidos. Aquellos a los que, con nuestra normalidad, con nuestra mirada clasificatoria y excluyente, hacemos cargar con el estigma de no ser como nosotros; aún integrándolos.

-Hay cuerpos violentados, cuerpos de los refugiados, de los que escapan de la muerte en su país. Cuerpos que no pueden echar raíces.

-Hay cuerpos virtuales, que existen en internet, en los ordenadores. Que son nuestro avatar, con los que nos permitimos encarnar una carne hecha de bits, para vivir aventuras imposibles (¡y qué decepcionante es, entonces, sabernos sin poderes!)

-Hay cuerpos *cyborg*, que se aceptan, reafirman y liberan, por medio de la tecnología. Es un cuerpo orgánico que quiere ser máquina, que busca ser un híbrido y reinventar la naturaleza (Haraway, 1995).

Hay infinidad de cuerpos. Lo que nos muestra esta brevísimas enumeración es la capacidad del cuerpo para asumir significado. Y esa asunción es, como hemos visto, performativa, que tanto reproduce como genera nuevos significados, nuevos cuerpos. La sociología del cuerpo debe ser capaz de conocer estos cuerpos, sus razones, sus inquietudes; pues en cada uno de ellos se encuentra una sociedad y su suma, o mejor, su convivencia. Así, conociendo mejor nuestros cuerpos, conoceremos un poco mejor qué nos vincula, qué hace a lo social posible más allá de nuestra “naturaleza”.

Lo que debe verse aquí es que nuestro cuerpo es al mismo tiempo uno y toda esta multiplicidad de cuerpos: todos somos *cyborgs* pero, también, todos somos un cuerpo íntimo y un cuerpo virtual. La imagen de nuestro cuerpo se construye con todas estas imágenes que, sólo superpuestas, nos permiten percibir una apariencia de nuestro cuerpo.

3.4- La lente y el espejo atravesados por el consumo

De suerte que todo es producción: producciones de producciones, de acciones y de pasiones; producciones de registros, de distribuciones y anotaciones, producciones de consumos, de voluptuosidades, de angustias y de dolores. De tal modo todo es producción que los registros son inmediatamente consumidos, consumados, y lo consumos directamente reproducidos. Éste es el primer sentido de proceso: llevar el registro y el consumo a la producción misma, convertirlos en producciones de un mismo proceso. (...) La industria ya no se considera entonces una relación extrínseca de utilidad, sino en su identidad fundamental con la naturaleza como producción del hombre y por el hombre

Gilles Deleuze y Felix Guattari, *El Anti Edipo*.

¿Qué es consumir? Consumir no es usar (Agamben, 2005b: 108), porque destruye necesariamente la cosa, dejando intacta su substancia, su signo. Consumir no es una satisfacción de necesidades (Baudrillard, 2010: 214), porque sino quedaríamos satisfechos. Tampoco es un proceso decisorio basado en elecciones racionales. Es un momento sin fin. Consumir es la forma que ha tomado en nuestra sociedad el estar-en-el-mundo: consumo luego existo (luego pienso, tengo un cuerpo, estoy vivo, etc.). Es una práctica de

distinción, de mantenimiento de mi habitus de clase y de la reproducción de su campo (Bourdieu, 1991). Con el consumo destinado al cuerpo nos integramos a una forma de desigualdad social casi biologicista, tanto de un lado como del otro. Es decir, el consumo es una de las prácticas más significativas por medio de las cuales construimos la realidad social: “El orden social es un producto humano, o, más exactamente, una producción humana constante, realizada por el hombre en el curso de su continua externalización” (Berger y Luckmann, 1995: 73). Es lo reificado y lo que está reificándose constantemente.

Es un cuerpo en continua transformación. Por eso cuando consumimos, como venimos diciendo, no consumimos sino signos, ideales (Baudrillard, 2010: 213); y el signo supremo es nuestra sociedad. Al consumir cualquier producto consumo también las guerras y las hambrunas infantiles que tanto me apenan. Cuando consumo nunca estoy satisfecho, porque lo que considero que se alcanza en ese acto no está en la posesión del objeto, que desaparece bajo el signo (Baudrillard, 2002: 15); ni siquiera en la posesión de mi cuerpo; y así el objeto no hace más que fortalecer un habitus con más necesidad de habitus. El consumo sólo satisface la necesidad de necesidades, no crea vacío, porque está vacío en sí. Sólo es constituyente (Bourdieu, 1991), en la medida en que fortalece lo ideal. Es un acto idealista por excelencia (Baudrillard, 2009b).

Y sin embargo, nos afecta, nos convierte en objetos-signos⁶⁷. Nuestro cuerpo se vuelve al valor de exhibición (Agamben, 2005b: 118; Debord, 2009: 37) y ya no es posible *disfrutarlo* si no es a través de sus signos y la lógica del consumo. La carne, lo material y pecaminoso, deviene simulacro mientras nos consumimos en las series de abdominales, en las ensaladas a media mañana, en los laxantes y los maquillajes ecológicos. El cuerpo consumido (al que creemos dar uso) es un cuerpo hecho de signos, de marcas con *copyright*; que tiene un precio que determina su valía para mantenerlo del lado de los acreditados (Goffman, 1993: 56). El cuerpo del consumidor es siempre un cuerpo consumido (y consumado) por la necesidad de necesidades que siga manteniendo el sentido de sus transformaciones, de su desaparición.

⁶⁷ “Los objetos siempre han sido considerados un universo inerte y mudo, del que disponemos con el pretexto de que lo hemos producido. Pero, en mi opinión, ese universo tenía algo que decir, algo que superaba su utilización. Entraba en el reino del signo, donde nada ocurre con tanta simplicidad, porque el signo siempre es el desvanecimiento de la cosa. Así pues, el objeto designaba el mundo real pero también su ausencia, y en especial, la de su sujeto. (...) Ejerce sin duda de mediador, pero, al mismo tiempo, dado que es inmediato e inmanente, rompe esa mediación, (...) satisface tanto como decepciona”. (Baudrillard, 2002: 14-16)

Tratemos de pensar esto desde un ejemplo. En 2005 dos adolescentes neoyorquinas demandaron a McDonald's por "ofrecer comida perjudicial para la salud" (El País-Servimedia, 2005). Ambas eran obesas, tenían 15 y 20 años y pesaban 90 y 135 kg respectivamente; su dieta regular incluía las comidas del restaurante de comida rápida, al menos 4 veces a la semana. ¿Qué debemos tener en cuenta aquí? Primero podemos pensar en las cualidades de la comida. Sabemos que es especialmente rica en azúcares, grasas saturadas, entre otros elementos. También sabemos, porque nuestros médicos nos lo advierten, que el exceso de esos dos elementos es perjudicial para la salud. Ahora bien, teniendo en cuenta esto, que son datos conocidos, entra la cuestión de la decisión. McDonald's cuenta con un potente soporte publicitario que nos sugiere y nos invita a saciar nuestra hambre en sus restaurantes, por lo que, como mucho y según la teoría económica, nos *resta* una parte de nuestra capacidad de decisión por otros locales. Según esta misma teoría, es *a partir* de la publicidad, y posteriormente de nuestra experiencia de satisfacción, que nosotros terminamos por decidimos. Bajo esta perspectiva, la culpa de la obesidad de estas adolescentes es de la cadena de comida rápida, pues ellos nos incitan a comer constantemente y en sus locales, y lo hacen llevándonos más allá de nuestro umbral, teóricamente objetivo, de hambre. Además, los productos que ofrecen, y de los que nosotros aparentemente no conocemos toda su *verdad*, no son buenos para nuestra salud, es decir, nos engañan y nos vuelven adictos a algo que nos hace mal.

Surge entonces el concepto de Responsabilidad Social Corporativa, que alude a la obligación de las empresas de no abusar de nosotros. Por otra parte, está la cuestión de la libertad y decisión adscrita al individuo que, según sea el caso, será mayor o menor. Por tanto, una de las soluciones al caso sería analizar la potencialidad seductora de la publicidad y la capacidad del individuo para "dejarse llevar", de forma que puedan derivarse los porcentajes de "culpabilidad". Lo que está detrás de un ejemplo como este (y de otros, piénsese también en la imposición de los avisos disuasorios en el tabaco), y del hecho de que el tribunal admitiese una demanda como esta, es la existencia de la biopolítica del consumo que venimos exponiendo aquí. La demanda es admitida porque McDonald's vende productos que son definidos como perjudiciales para la salud, y lo primordial es que los clientes sigan con vida.

Entonces, nosotros *debemos* consumir pero, ¿hasta dónde? Diríamos que exactamente hasta el punto inmediato al límite, satisfacer nuestra necesidad pero sin morir en el in-

tento: la anatomopolítica de nuestra sociedad es la disciplina del consumo, ya que es lo que asegura una parte de su viabilidad; la otra parte también *debe* cuidarla el Estado, cuidando la vida, generando esta biopolítica, diciéndonos que no es sano comer en exceso (¿pero quién define el exceso, los médicos del Estado o los de McDonald's?). Es otra de las obligaciones del Estado de Bienestar; básicamente, que las personas no se mueran, pero que no dejen de consumir. Entonces, ¿dónde quedó el sujeto? Por eso este tipo de demandas demuestran la realidad de esta biopolítica, esas adolescentes parecen estar diciendo: “yo no puedo controlarme, y McDonald's tampoco. Por eso, Estado, cuida mi vida”.

Por otra parte, hay que ver que, si el consumo es la forma de aprehender el estar-en-el-mundo, y que ésta funciona bajo la lógica de la actualización infinita de los signos; entonces la forma de nuestro estar-en-el-mundo es siempre actualizable a la última versión, y que por tanto nunca se alcanza. Actualizo mi estar-en-el-mundo a través del consumo, pero no de sus objetos, resto material a la espera de la abstracción definitiva y que deja *demasiadas* huellas en una sociedad en la que ser “bueno” exige tener mala memoria. Y esto, llevado al cuerpo, implica una aprehensión que siempre es nunca llegar a ser-tener, porque ese disfraz siempre necesita una puesta a punto; como un renacimiento constante de una muerte que tiene *cura*: renovarse o morir. El ahorro, o mejor, un tipo determinado de ahorro, el de aquel que guarda su dinero fuera de los bancos, que no invierte, es visto aquí no sólo como un anti-consumo, sino como una *incompletud*. El círculo no se cierra, no estoy completamente en el mundo. Por eso, parte de la biopolítica del Estado es *invitarnos* a la disciplina del consumo: “no guarde su dinero, inviértalo (al menos) en Letras del Estado”.

Y los objetos cambian dos, tres, cuatro veces al año, y siempre estamos haciendo cola para poder ser los primeros en portar su estandarte, para demostrarle al dios del consumo que somos buenos fieles; para dejar en evidencia al resto por su herético escepticismo. Con suerte el dios nos pague con algún accesorio gratuito, eso sí, siempre actualizable, es decir, siempre potencialmente más disfrutable, por un módico precio. Luego estos feligreses se llevan las manos a la cabeza cuando ven las procesiones de semana santa; ellos, que acampan al frío urbano durante una noche para ser los primeros en poder sacrificar su capital en un teléfono, no entienden a aquel que en la cabeza de la procesión carga una cruz o se autoflagela; ellos, que no comprenden a sus abuelas cuando lloran al ver al Nazareno, no pueden contener sus lágrimas y gritos histéricos si la *star*

musical del momento dice que es la mejor de todas o que han sido un público fabuloso, *único*.

¿Puede realmente estudiarse el consumo sin caer en la teoría religiosa, o en el *Manual de Diagnóstico y Estadística de los Trastornos Mentales* (DSM)? Una parte de la sociología diría que sí, que objetivamente estudiamos el consumo, sabemos cuán influidos estamos porque compramos X en relación a una oferta Y, motivada por una campaña publicitaria Z penetrante. ¿Pero eso permite dar cuenta de un fanático que se tatúa el logotipo de la empresa de su *smartphone*? Este tipo de fenómenos hacen necesario insistir en la pregunta inicial, ¿es que acaso podemos evitar la teoría religiosa, o revisar el DSM, para entender lo que el consumo provoca en nosotros? El consumo, como todas las religiones, implica una promesa y, como las mejores religiones, implica un tipo de promesa que nos vuelve serviles: “todavía no eres lo suficientemente bueno como para considerarte de los míos. No tienes lo que hay que tener”. O mejor: “tienes demasiado de ti”. No faltará mucho para que se nos aparezca Bill Gates después de muerto, para que las llagas sean marca Apple, para que los fantasmas tengan *copyright* y en lugar de lamentos nos canten los *jingles* más pegadizos. Nietzsche nos diría que no hemos dejado de desear el sufrimiento. Al final de *La Genealogía de la Moral* nos dice:

El hombre, el animal más valiente y más acostumbrado a sufrir, no niega en sí el sufrimiento: lo quiere, lo busca incluso, presuponiendo que se le muestre un sentido del mismo (...). ¡Todo eso significa, atrevámonos a comprenderlo, una voluntad de nada, una aversión contra la vida (...), pero es, y no deja de ser, una voluntad! (...) el hombre prefiere la nada a no querer... (2011: 233)

Y posiblemente nada pruebe mejor esta visión –empíricamente–, que un análisis del consumo desde la sociología del cuerpo. El consumo orientado al cuerpo sólo nos lleva a saber qué tan incompletos –moral y corporalmente– estamos, cuánto nos falta para estar felices e integrados: “ahora que he perdido estos kilos de más... lo que necesito es hacerme un *lifting*”. Quizás, de todas las intervenciones estéticas, la más representativa del mecanismo del consumo del cuerpo sea el *bótox*: cuando uno se inyecta la toxina botulínica, primero experimenta una inflamación muy antiestética (es nuestro cuerpo diciéndonos que eso no es bueno para nosotros); luego vienen los tirones, las arruguitas desaparecen. Pero –y aquí está la esencia– luego de un tiempo, para que no desaparezca la magia, la juventud debe actualizarse: es necesario inyectar más toxina. Lo que nos gusta tanto de nuestra sociedad no es que nos haga más o menos felices, sino justamente lo contrario, que continúe generándonos esa voluntad de nada.

En este capítulo hemos llegado a la conclusión de que la aprehensión de la corporalidad se da como un acto performativo, que consiste, siguiendo a Butler (1988), en la repetición de actos de estilo corporeizados. Estos se llevan a cabo tomando elementos de nuestra sociedad, siendo ésta la forma en que se grava en nuestro cuerpo y self. Parte importante de estos actos de estilo son las prácticas de belleza e higiene, desarrolladas por medio del consumo, y por medio de las cuales encarnamos la idea de belleza y su asociación a la salubridad y, por tanto, a una buena moral. Dada esta forma performativa, podemos decir que tenemos un cuerpo para cada mito de nuestra sociedad, y que la imagen de nuestro cuerpo surge de la superposición, sobre nuestro cuerpo real, de todos estos mitos, funcionando cada uno como una lente dióptrica. El consumo es, por todo esto, la forma principal de estar-en-el-mundo en nuestra actualidad occidental. Y que consiste en una actualización existencial constante por medio de las prácticas consumistas. El consumo, por tanto, nos aleja de nuestra corporalidad real.

4- Conclusión: ¿qué es un cuerpo?

Detrás de tus pensamientos y de tus sentimientos existe un señor más poderoso, un sabio desconocido: se llama el ser. Vive en tu cuerpo; es tu cuerpo. Hay más razón en tu cuerpo que en la mejor sabiduría.

Friedrich Nietzsche, *Así hablaba Zaratustra*

Como hemos visto, una sociología del cuerpo requiere adentrarse en la selva de la multidisciplinaridad: al sociólogo del cuerpo le interesa saber de medicina, de psicoanálisis; deberá profundizar en la antropología y no temer a la fenomenología; necesita saber mirar la sociedad en el arte y no puede permitirse pasar por alto la religión, así como sumergirse en la historia. Un sociólogo del cuerpo también debe ver la televisión, prestar atención a internet, leer las revistas, conocer a los jóvenes. El sociólogo del cuerpo, como todo buen sociólogo, debe convertirse en un monstruo para su sociedad⁶⁸; un alienígena al que todo lo que hacen esos simios maquillados y vigoréticos le parece extraño; y sospecha siempre de todo. Para este alienígena nada es natural, todo en nuestro hacer del cuerpo le esconde un secreto, le esconde una sociedad que él quiere conocer. Este monstruo es un científico, pero no está todo el tiempo por encima de sus ratas de laboratorio, pues se sabe rata también, y como tal, sospecha de sí mismo, de su propio espejo. Y vive así en una especie de medio entre la familiaridad, que le impide *ver* las cosas, y el extrañamiento, que lo despierta del letargo de la naturalidad. Y aunque es un monstruo para estas ratas a las que destripa sin bisturí, él que sabe que en ese acto también se destripa a sí mismo, quiere una mejor⁶⁹ vida para ellas que, aunque aparentemente felices, viven en los laberintos que él describe.

Hecha esta descripción más bien literaria, vamos de nuevo: ¿qué es la sociología del cuerpo? Es una forma de estudiar la sociedad que nos sitúa en el punto medio entre el cuerpo y los cuerpos, justo ahí, entre la o y la s. Debe estudiar el yo, porque así comprende mejor el nosotros. Debe estudiar el nosotros, porque es la única forma de comprender el lenguaje del yo. Su método depende siempre del momento histórico que pretenda estudiar, pero si la sociología del cuerpo quiere estudiar nuestra actualidad debe

⁶⁸ Esto también puede plantearse a la inversa, es decir, que los “extraños” sean los otros, la sociedad. No obstante, defiendo aquí mi postura basándome en que debe ser el sociólogo el extraño, puesto que es éste quien adopta su postura científica y, por tanto, quien ejercer este distanciamiento. El científico es tan extraño a la sociedad como la sociedad es, o debe parecerle, extraña a él, pero ejercer este distanciamiento implica partir uno hacia el extrañamiento; cambia *su* mirada, pero no la sociedad de la que él se sabe parte.

⁶⁹ “El hombre está continuamente fuera de sí mismo; es proyectándose y perdiéndose fuera de sí mismo como hace existir al hombre y, por otra parte, es persiguiendo fines trascendentales como puede existir; el hombre, siendo este rebasamiento mismo y no captando los objetos sino con relación a este rebasamiento, está en el corazón y en el centro de este rebasamiento” (Sartre, 2010: 84-85)

ser multidisciplinaria. La sociología del cuerpo no es biologicista en un sentido spenceriano o lombrosiano⁷⁰, no es la Naturaleza lo que interesa, sino la naturalidad. Para el sociólogo del cuerpo nada es natural en nosotros, por eso escucha atentamente a la medicina, a los genetistas, y les pregunta: “¿es que crees que naciste sabiendo mirar?”.

Al principio dijimos que la sociología del cuerpo se encarga de resaltar aquellos aspectos sociales y corporales inscritos en nuestra carne, es decir, cómo y qué *in-corporamos*. Desde ese punto de vista pecaríamos de ser excesivamente individualistas. Hay al menos dos visiones sobre esta cuestión: la primera es aceptar este sesgo y corregirlo, agregando a nuestra tarea también el cómo lo corporal se vuelve cultural y social y viceversa. La segunda es ver que, para estudiar cómo se incorpora lo colectivo en lo individual, hay que conocer bien en profundidad las formas de lo colectivo, y que por tanto no habría individualismo metodológico, pues ambas se explican a sí mismas continuamente, y toda explicación lo es al mismo tiempo para las dos formas. La anorexia nerviosa es una afección individual, es decir, fruto de una determinada situación del sujeto. Pero lo es también por parte de lo social, de las influencias que ejerce, de los cánones que sugiere. Podemos arriesgar, por todo esto, que la sociología del cuerpo es una forma de dar mejor aplicación a la teoría de Bourdieu (2007) sobre el *habitus*, porque siempre está en ese “a medio camino”, en ese punto medio que él buscaba; en el umbral entre lo social y lo individual, el acto presente y el pasado implicado en él. Es, por tanto, esencialmente una sociología de la socialización y, a la vez de la educación.

¿Qué es un cuerpo para la sociología? Es un punto de partida epistemológico que nos permite comprender lo abstracto sin dejar de tocar lo concreto. Con la sociología del cuerpo puede darse cuenta y analizar gran parte de las cuestiones que nos acucian en la actualidad (sino todas porque, ¿qué no *pasa* por nuestros cuerpos?). La forma de ser de nuestra sociedad occidental nos invita a la obsesión; el proceso de enfermarse-sanarse es un negocio que mantiene girando las ruedas de la globalización. Globalizarse es, por tanto, aceptarse parte de esta sociedad cuya primera y básica exigencia es no aceptarse a uno mismo, o aceptarse siempre enfermo, siempre mal⁷¹. Y la salud nos la damos al

⁷⁰ En todo caso somos auténticos *biologistas* en el sentido etimológico griego, es decir, el *logos* de la forma de vivir de los individuos (*bios*).

⁷¹ Sabemos que incurrimos aquí en el determinismo. Globalizarse es una multiplicidad de cuestiones, es principalmente una transformación de la forma de entendernos como sujetos y de comprender la alteridad (y esto sólo para aquellos que sí estamos afectados por la globalización, que es irrelevante para una buen parte de la humanidad). Aquí estamos defendiendo una crítica de una de estas consecuencias par-

consumir, pero tarde descubrimos que consumir no cura nuestro estigma; sólo nos recuerda lo lejos que estamos de sentirnos realmente bien. Y el sacrificio iniciático de nuestro tiempo (que ya nunca será nuestro), es nuestro cuerpo. Entrar en nuestra sociedad es relegar el cuerpo al organismo (Deleuze y Guattari, 2009: 17); es relegar el cuerpo a la belleza, a la representación, a su simulacro. Si el cuerpo esconde nuestra sabiduría más profunda (Nietzsche, 2008: 60), lo que “tenemos” ahora es un simulacro de esa sabiduría (Baudrillard, 2001). No es que hayamos dejado de ser cuerpos, sino que ahora somos *el* cuerpo que hay disponible en nuestra sociedad. Ese cuerpo, defendemos aquí, no es totalmente nuestro, porque aprehender nuestra corporalidad implica aprehender la muerte, puesto que es a partir de su aceptación que nos arrojamus al mundo⁷², y el canon corporal de nuestra sociedad de consumo nos aleja de esta angustia que nos abre al ser.

El estudio ha consistido básicamente en una revisión de estos aspectos, de las teorías desde las que partir para comprender mejor esta situación. Así hemos llegado a una sociedad del espectáculo que, como venimos diciendo, nunca nos deja llegar-a-ser, que nos mantiene como espectadores y expectantes de nosotros mismos, de una promesa que no puede cumplirse. En esta sociedad la publicidad es biopolítica, en ella se esconde el relato de la anatomopolítica que ejercemos por medio del consumo disciplinario. Y hemos dicho que el cuerpo es estigmático, que nuestra sociedad nos impone un estigma, un pecado original, que hemos de intentar curar por medio del consumo. A nuestro estudio le ha faltado, no obstante, mayor profundidad en la genealogía sobre la moral y su representación publicitaria, así como un análisis más exhaustivo del discurso publicitario y su influencia. Por último, y para comprender mejor la forma en la que la sociedad se hace cuerpo, sería interesante profundizar en la relación entre la arquitectura y los cuerpos, en cómo nos influye nuestro hábitat y sus formas, en la aprehensión del cuerpo y en la construcción de la subjetividad.

Nuestra hipótesis, como señalamos al principio, es que, en nuestra sociedad del espectáculo, la realidad de nuestro cuerpo, tanto con sus males como sus bondades, es ocultada por medio del consumo, orientado siempre al cuerpo. Para ello sostuvimos la si-

tiendo desde la corporalidad y, para ello, incurrimos en determinismo como recurso *narrativo* que nos permita resaltar y dar consistencia a nuestro argumento.

⁷² Dicho en palabras de Heidegger: “[La angustia por la finitud] Arroja al ‘ser ahí’ contra aquello mismo por que se angustia, su ‘poder ser en el mundo’ propio. (...) Con frecuencia depende la angustia de condiciones ‘fisiológicas’. (...) La suscitación fisiológica de angustia sólo resulta posible porque el ‘ser ahí’ se angustia en el fondo de su ser” (1993: 208-210)

guiente concepción analítica: el cuerpo es el espejo de nuestro yo, del *self*; la construcción performativa de este reflejo constituye la forma de aprehender el cuerpo y hacerlo nuestro. En el medio de este acto de visión está la sociedad, que aquí hemos llamado lente, que está compuesta por un conjunto de lentes dióptricas que son las concepciones históricas sobre el verse de los cuerpos; es lo que hace que eso que agarra el lápiz y escribe sea denominado mano, pero es también lo que vuelve atractivos unos labios pintados de rojo, y es también lo que hace erótica a la desnudez del cuerpo desvestido. Lo que defendimos aquí bien podría ser resumido de la siguiente forma, y que involucra y resume también la historia del consumo y su relación con el cuerpo: de *I'm somebody* [soy alguien]; a *I'm anybody* [soy cualquiera]; a, por último, *I'm nobody* [soy nadie].

Consideramos que el aumento de los trastornos alimentarios y de otros trastornos que involucren una desrealización (tales como los cutters, la dismorfofobia, entre otros), es una prueba muy consistente que demuestra nuestra hipótesis. Las estadísticas, por ejemplo, de anorexia nerviosa y de las muertes que provoca, son difíciles de obtener, justamente porque se trata de un trastorno individual-individualista, íntimo. Pero eso no quiere decir que no sepamos lo que nos sugiere la sociedad de consumo, con sus cánones corporales que sólo nos hacen sentir mal con nosotros mismos para mantener el negocio. La anorexia nerviosa sólo es una de las formas del fanatismo de la *religión del estar-mal*. Si la sociedad de consumo nos pide nuestro hijo, le damos hasta nuestro cuerpo, y además con amabilidad y una sonrisa en el rostro. El verano es el juicio final, el momento de demostrar que hemos sido buenos fieles y hemos entregado nuestro cuerpo a los gimnasios y las dietas, a las depilaciones y las cremas antiarrugas. La “operación bikini” a la que nos llama la publicidad es la Penitencia que exige la conversión a la belleza (es decir, a formar parte de los buenos). Confesamos que hemos pecado entre horas; unas buenas flexiones nos salvarán del infierno. Si hemos cumplido, la balanza – que es la mirada del médico, de nuestros amigos, de ése en la publicidad con el abdomen marcado – nos absolverá de nuestros pecados. Y lo que está detrás de este sacrificio ritual no es otra cosa que el olvido del ser. Quien olvida su cuerpo, olvida su ser.

Lo que estamos planteando aquí, en definitiva, es que lo problemático es la forma de sujetarnos a esta sociedad. Desde la teoría *cyborg*, por ejemplo, se plantea superar estas formas de subjetividad por medio de una reapropiación subversiva de lo tecnológico: si es la sociedad, con sus tecnologías, con sus objetos signo, la que impone a través de ellos una forma de subjetividad, la alternativa, desde esta perspectiva, pasa por recon-

quistar esa tecnología para generar subjetividades alternativas y fuera del sistema (Haraway, 1995). Un poco a la manera del movimiento *queer*, que partiendo de un calificativo negativo, lo han reapropiado para generar su propia definición y, en suma, su alternativa subversiva a las subjetividades del sistema patriarcal (Butler, 2005). Deleuze y Guattari sugirieron la *des-edipización* y construcción de un cuerpo sin órganos, que nos permita liberarnos, poco a poco, de los tres grandes estratos del sistema capitalista: el organismo, la significancia y la subjetivación (2010: 164). Las alternativas, en la teoría, tienden a pasar por la reapropiación de “lo que hay”, para subvertirlo y aprovecharlo para encontrar nuevas formas de subjetividad menos, por darles un adjetivo, dañinas, menos capitalistas si se prefiere. Desde nuestro estudio hemos estado señalando principalmente dos aspectos que producen y reproducen esta situación, como son el poder biopolítico y sus mecanismos anatomopolíticos.

En buena medida este planteamiento nos hace preguntarnos si el funcionamiento de lo social no será siempre bajo este modelo, pero aquí no podemos dar cabida a esta reflexión, que requeriría profundizar mucho más en la forma en que se encarna nuestro sistema. Nuestra alternativa a esta situación no pasa tanto por una reapropiación como por una modificación. No todo lo que hay sirve, es decir, es bueno, positivo, reapropiable. Si hemos de expresarlo claramente, los cánones corporales de la publicidad son del todo innecesarios, son dañinos, nos frustran, nos obsesionan y, en los casos más extremos, nos llevan a una muerte que es a la vez corporal y social. Recordemos un momento el ejemplo de las dos adolescentes obesas debido a su consumo exagerado de la comida rápida. Sabemos perfectamente que la sociedad de consumo no quiere vender menos, pero tampoco le resultamos rentables muertos (aunque sí enfermos). La verdadera subversión pasa por una reapropiación del cuerpo y de su representación, pero sin la “ayuda” del sistema publicitario. Y parte de esa *recuperación* requiere de nuestra denuncia y, al mismo tiempo, de la aceptación y reapropiación de esa simbiosis en la que vivimos con el sistema de consumo espectacular. ¿Quién es el huésped de quién? ¿Somos nosotros los que generamos un sistema de consumo para vivir, o es el sistema el que nos consume, el que vive de nosotros? Romper una simbiosis tan intensa, de tantos años, es imposible. No se trata de acabar con el parásito, sino de reapropiarlo, y la primera reapropiación, y más importante, pasa por nuestro cuerpo, que hemos de recuperar para hacerlo, por fin, *nuestro*.

Bibliografía

- Agamben, Giorgio (2005a): *Lo abierto. El hombre y el animal*, Valencia: Pre-textos.
- (2005b): *Profanaciones*, Barcelona: Anagrama.
 - (2010): *Homo Sacer I. El poder soberano y la nuda vida*, Valencia: Pre-textos.
 - (2011): *Desnudez*, Barcelona: Anagrama.
- Arasse, Daniel (2005): “La carne, la gracia, lo sublime”, en *Historia del cuerpo I*, coord. Georges Vigarello, Madrid: Taurus: pp. 395-456.
- Arendt, Hannah (2009): *La condición humana*, Barcelona: Paidós.
- Baudrillard, Jean (1994): *De la seducción*, Buenos Aires: R.E.I.
- (1997): *El otro por sí mismo*, Barcelona: Anagrama.
 - (2000): *Pantalla total*, Barcelona: Anagrama.
 - (2001): *La transparencia del mal*, Barcelona: Anagrama.
 - (2002): *Constraseñas*, Barcelona: Anagrama.
 - (2004): *Simulacra and Simulation*, Michigan: The University of Michigan Press.
 - (2009a): *El crimen perfecto*, Barcelona: Anagrama.
 - (2009b): *La sociedad de consumo*, Madrid: Siglo XXI.
 - (2010): *El sistema de los objetos*, Madrid: Siglo XXI.
- Bauman, Zygmunt (1998): *La globalización: consecuencias humanas*, Buenos Aires: Fondo de Cultura económica.
- Berger, Peter y Thomas Luckmann (1995): *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires: Amorrortu.
- Bernard, Michel (1985): *El cuerpo*, Barcelona: Paidós.
- Benedict, Ruth (2008): *El crisantemo y la espada*, Madrid: Alianza.
- Benjamin, Walter (2008a): “La obra de arte en la época de su reproducibilidad técnica”, *Obras*, Libro I Vol. 2, Madrid: Abada: pp. 11-47.
- (2008b): “El capitalismo como religión”, traducción de Omar Rosas, Twente: Universidad de Twente (en línea). Consultado en internet el día 14 de mayo de 2012 en: <http://biopoliticaestadosdeexcepcion.blogspot.com.es/2010/12/el-capitalismo-como-religion-walter_08.html>.
- Borges, Jorge Luis y Margarita Guerrero (2008): *El libro de los seres imaginarios*, Madrid: Alianza.
- Bourdieu, Pierre (1984): *Distinction. A social critique of the judgement of taste*, Cambridge: Harvard University Press.
- (1991): *La distinción*, Madrid: Taurus.
 - (2007): *El sentido práctico*, Buenos Aires: Siglo XXI.
- Butler, Judith (1988): “Performative Acts and Gender Constituion: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory”, *Theatre Journal*, 40(4), Baltimore: John Hopkins University Press: 519-531.
- (2005): *Cuerpos que importan*, Barcelona: Paidós.
 - (2010): *Mecanismos psíquicos del poder*, Madrid: Cátedra.
- Cioran, Emil (2009): *El ocaso del pensamiento*, Barcelona: Tusquets.
- Copenhaver, Brian (ed.) (2000): *Corpus Hermeticum y Asclepio*, Madrid: Siruela.
- De Beauvoir, Simone (1998): *El segundo sexo II: la experiencia vivida*, Madrid: Cátedra.
- Debord, Guy (2009): *La sociedad del espectáculo*, Valencia: Pre-textos.
- Descartes, Rene (2003): *Meditaciones metafísicas*, Madrid: Espasa-Calpe.

- Deleuze, Gilles (1996): *Conversaciones*, Valencia: Pre-textos.
- y Félix Guattari (2009): *El anti Edipo*, Barcelona: Paidós.
 - y Félix Guattari (2010): *Mil Mesetas*, Valencia: Pre-textos.
- Douglas, Mary (1988): *Símbolos naturales*, Madrid: Alianza.
- (1991): *Pureza y peligro*, Madrid: Alianza.
- El País-Servimedia (2005): “Aceptada una demanda contra McDonald’s por ofrecer alimentos perjudiciales a la salud”, en *El País*, 31 de enero (en línea) (España). Consultado el día 30 de mayo de 2012 en: <http://economia.elpais.com/economía/2005/01/31/actualidad/1107160379_850215.html>
- Featherstone, Mike (1991): “The body in consumer culture”, en *The body: social process and cultural theory*, eds. Mike Featherstone, Mike Hepworth y Bryan Turner, Londres: Sage: pp. 170-196.
- Feuerbach, Ludwig (1995): *La esencia del cristianismo*, Madrid: Trotta.
- Foucault, Michel (1987): *Historia de la Sexualidad I. La voluntad de saber*, Madrid: Siglo XXI.
- (1989): “El ojo del poder”, en *El panóptico*, Madrid: La piqueta: pp. 9-26.
 - (1991): *Microfísica del poder*, Madrid: La piqueta.
 - (1992): *Genealogía del racismo*, Madrid: La piqueta.
 - (2007): *Historia de la Locura en la época clásica I*, México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
 - (2009a): *Vigilar y castigar*, Madrid: Siglo XXI.
 - (2009b): *Nacimiento de la biopolítica*, Madrid: Akal.
 - (2010): *Tecnologías del yo*, Barcelona: Paidós.
- Freud, Sigmund (1996): *Obras completas IV*, Madrid: Biblioteca Nueva.
- Fundación Imagen y Autoestima (2008): *Cuando no gustarse hace enfermar*, Barcelona.
- Furter, Michel (2007): *Méthode du Dr. Furter*, Suiza: Institut Dr. Furter.
- Galbraith, John (1980): *El nuevo Estado industrial*, Madrid: Ariel.
- Gardner-Thorpe, Pearn (2002): “Jules Cotard (1840-1889) His life and the unique syndrome which bears his name”, *Neurology*, 58: 1400-1403.
- Gil Rodríguez, Eva (2005): “Simulacro, Subjetividad y Biopolítica; de Foucault a Baudrillard”, *Observaciones filosóficas* (en línea), 1. Consultado en internet el día 20 de abril de 2012 en: <<http://www.observacionesfilosoficas.net/simulacrosubjetividad.html>>
- Goffman, Erving (1987): *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Madrid: Amorrortu.
- (1993): *Estigma. La identidad deteriorada*, Buenos Aires: Amorrortu.
- Goldston, David, Stephanie Sergent y Elizabeth Mayfield (2006): “Suicidal and nonsuicidal self-harm behaviors”, en *Behavioral and emotional disorders in adolescents : nature, assessment, and treatment*, eds. David Wolfe y Eric Mash, Nueva York: Guilford Press: pp. 343-382.
- Goody, Jack (1991): *La lógica de la escritura y la organización de la sociedad*, Madrid: Alianza.
- Gracia, Mabel (2010): “(Des)encuentros entre comida, cuerpo y género”, en *Cuerpo y cultura*, eds. Javier Martínez Guirao y Anastasia Téllez, Barcelona: Icaria: pp. 79-108.

- Hakim, Catherine (2012): *Capital erótico*, Barcelona: Debate.
- Haraway, Donna (1995): *Ciencia, cyborgs y mujeres: la reinvención de la naturaleza*, Madrid: Cátedra.
- Heidegger, Martin (1993): *Ser y tiempo*, Barcelona: Planeta-Agostini.
- Hertz, Robert (1990): *La muerte y la mano derecha*, Madrid: Alianza.
- Hirst, Paul y Penny Woolley (1982): *Social relations and human attributes*, Londres: Tavistock.
- Hurwitz, Marshall (1995): "Justice and the metaphor of medicine in early greek thought", en *Social Justice in the ancient world*, eds. Irani Kaikhosrov y Morris Silver, Nueva York: Greenwood: pp. 69-74.
- Husserl, Edmund (1985): *Ideas relativas a una fenomenología pura y una filosofía fenomenológica*, Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Jáuregui, Inmaculada (2006): "La anorexia. Una patología cultural e irracional de la modernidad", *Gazeta de Antropología*, 22, Granada: Universidad de Granada (en línea). Consultado en internet el día 20 de mayo de 2012 en: <http://www.ugr.es/~pwlac/G22_15Inmaculada_Jauregui_Balenciaga.html>.
- Klein, Naomi (2007): "El marketing de la identidad", en *No Logo*, Barcelona: Paidós: pp. 167-192.
- Le Breton, David (2002): *Antropología del cuerpo y modernidad*, Buenos Aires: Nueva Visión.
- (2010): "Una antropología del cuerpo en el mundo contemporáneo", en *Cuerpo y cultura*, eds. Javier Martínez Guirao y Anastasia Téllez, Barcelona: Icaria: pp. 185-202.
 - (2011): *La sociología del cuerpo*, Buenos Aires: Nueva Visión.
- Leder, Drew (1990): *The absent body*, Chicago: The University of Chicago Press.
- Lipovetsky, Gilles (1992): *La era del vacío*, Barcelona: Anagrama.
- (2007): *La felicidad paradójica*, Barcelona: Anagrama.
- Marcel, Gabriel (1951): *Le Mystère de l'Être*, París: Aubier.
- Matsuda, Misa (2005): "Discourses of Keitai in Japan", en *Personal, Portable, Pedestrian. Mobile phones in Japanese Life*, eds. Mizuko Ito, Daisuke Okabe y Misa Matsuda, Massachusetts: MIT Press: pp. 19-34.
- Mauss, Marcel (1991): *Sociología y antropología*, Madrid: Tecnos.
- Morey, Miguel (2008): "Introducción", en *Un diálogo sobre el poder y otras conversaciones*, Michel Foucault, Madrid: Alianza: pp. 7-21.
- Marcuse, Herbert (1968): *Eros y civilización*, Barcelona: Seix Barral.
- (1990): *El hombre unidimensional*, Barcelona: Ariel.
- Mead, George Herbert (1999): *Espíritu, persona y sociedad desde el punto de vista del conductismo social*, Barcelona: Paidós.
- Mead, Margaret (2006): *Sexo y temperamento en tres sociedades primitivas*, Barcelona: Paidós.
- Merleau-Ponty, Maurice (2002): *Fenomenología de la percepción*, Madrid: Editora Nacional.
- Nancy, Jean-Luc (2003): *Corpus*, Madrid: Arena Libros.
- Nietzsche, Friedrich (2008): *Así hablaba Zaratustra*, Madrid: Edaf
- (2011): *La genealogía de la moral*, Madrid: Alianza.

- Ory, Pascal (2006): "El cuerpo ordinario", en *Historia del cuerpo III*, coord. Jean-Jacques Courtine, Madrid: Taurus: pp. 135-164.
- Pitts, Victoria (2000): "Body modification, Self-Mutilation and Agency in Media Accounts of a Subculture", en *Body Modification*, ed. Mike Featherstone, Londres: Sage: pp. 291-304.
- Platón (2003): *El banquete. Critón. Apología de Sócrates*, Buenos Aires: Andrómeda.
- Ruiz Somavilla, María José (1993): *El cuerpo limpio. Análisis de las prácticas higiénicas en la España del mundo moderno*, Málaga: Universidad de Málaga.
- Sánchez López, María (2011): "Género y salud", en *Contar con el cuerpo: construcciones de la identidad femenina*, coords. Antonia Fernández Valencia y Marián López Cao, Madrid: Fundamentos: pp. 71-88.
- Sartre, Jean Paul (2005): *El ser y la nada*, Buenos Aires: Losada.
- (2010): *El existencialismo es un humanismo*, Barcelona: Edhasa.
- Sennett, Richard (1997): *Carne y piedra*, Madrid: Alianza.
- Simmel, Georg (1986): *Sociología. Estudios sobre las formas de la socialización*, Madrid: Alianza.
- Sloterdijk, Peter (2002): *El desprecio de las masas. Ensayo sobre las luchas culturales de la sociedad Moderna*, Valencia: Pre-textos.
- Synnott, Anthony (1993): *The body social. Symbolism, Self and Society*, Londres: Routledge.
- Taylor, Frederick Winslow (1970): *Management Científico*, Barcelona: Oikos-Tau.
- Thompson, Edward Palmer (1984): "Tiempo, disciplina de trabajo y capitalismo industrial", en *Tradición, revuelta y consciencia de clase*, Barcelona: Crítica: pp. 239-293.
- Tobin, Richard (1975): "The Canon of Polykleitos", *American Journal of Archaeology*, 79(4): 307-321.
- Turner, Bryan (1982): "The government of the body: medical regimens and the rationalization of diet", *The British Journal of Sociology*, 33(2), Londres: 254-269.
- (1989): *El cuerpo y la sociedad. Exploraciones en teoría social*, México D. F: Fondo de Cultura Económica.
- (1994): "Los avances recientes en la teoría del cuerpo", *REIS*, 68, Madrid: Centro de Investigaciones sociológicas: 11-39.
- Turner, Victor (1988): *El proceso ritual*, Madrid: Taurus.
- Veblen, Thorstein (2008): *Teoría de la clase ociosa*, Madrid: Alianza.
- Vigarello, Georges (2005): "Higiene corporal y cuidado de la apariencia física", en *Historia del cuerpo II*, coord. Alain Corbin, Madrid: Taurus: pp. 281-293.
- Waskul, Dennis y Philip Vannini (2008): *Body/embodiment; symbolic interaction and the sociology of the body*, Wiltshire: Ashgate Publishing Co.
- Weber, Max (2010): *Conceptos sociológicos fundamentales*, Madrid: Alianza.
- Wilde, Oscar (1945): *Obras completas*, Madrid: Aguilar.
- Žižek, Slavoj (2005): *Bienvenidos al desierto de lo real*, Madrid: Akal.

Créditos de las ilustraciones:

-Ilustración 1: *Doríforo* (copia romana), Policleto (en torno a 450 a. C.), Museo Arqueológico Nacional, Nápoles. Extraída de internet el día 8 de abril de 2012 en: <<http://farmacon.files.wordpress.com/2010/11/m4-policleto-doriforo.jpg>>.

-Ilustración 2: *Vesperbild* [Piedad], Anónimo germánico (1375-1400), Metropolitan Museum of Art, Nueva York. Extraída de internet el día 10 de abril de 2012 en: <<http://fuckyeaarthistory.tumblr.com/post/1281116245/vesperbild-1375-1400-wood-plaster-polychrome>>.

-Ilustración 3: *San Sebastián*, Guido Reni (1616), Galleria di Palazzo Rosso, Génova. Extraída de internet el día 10 de abril de 2012 en: <<http://museodioce-sanobm.files.wordpress.com/2011/01/guido-reni-san-sebastic3a1n.jpg>>.

-Ilustración 4: *Power House mechanic working on stream pump*, Lewis Hine (1920), Vancouver Art Gallery, Vancouver. Extraída de internet el día 10 de abril de 2012 en: <http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/6/60/Lewis_Hine_Power_house_mechanic_working_on_steam_pump.jpg>.

-Ilustración 5: *Big man*, Ron Mueck (2000), Hirshhorn Museum and Sculpture Garden, Washington. Extraída de internet el día 10 de abril de 2012 en: <http://www.brooklyn-museum.org/exhibitions/ron_mueck/big_man.php>.

-Ilustración 6: “Regálese el cuerpo de sus sueños”, *Body-sculptor*, publicidad de un gimnasio parisino. Extraída de internet el día 10 de abril de 2012 en: <<http://unatemporadaenelinfierno.net/2008/03/14/el-hombre-del-madero/>>.

-Ilustración 7: “Calcio”, Dolce & Gabbana (2003), Italia. Extraída de internet el día 10 de abril de 2012 en: <<http://estilosdemoda.com/wp-content/2010/04/dolce-gabbana.jpg>>.

-Ilustración 8: *They are coming* [“Están llegando”], Helmut Newton (1981), Estados Unidos, *Vogue*. Extraída de internet el día 18 de mayo de 2012 en: <http://www.ocaiw.com/galleria_fotografi/index.php?author=newton>